

CATALOGUE:

97-508

(Vol: VI — Part: 1)



# 1961 CENSUS OF CANADA RECENSEMENT DU CANADA

Series 6.1 Série

## RETAIL TRADE COMMERCE DE DÉTAIL

INTRODUCTORY  
REPORT TO  
VOLUME VI (Part 1)

RAPPORT  
INTRODUCTOIRE  
VOLUME VI (Partie 1)

BULLETIN 6.1—8

27-5-1966

50 cents

*Published by Authority of*  
The Minister of Trade and Commerce

*Publication autorisée par*  
le ministre du Commerce





# **1961** CENSUS OF CANADA RECENSEMENT DU CANADA

VOLUME VI (PART: 1)

## **RETAIL TRADE** **COMMERCE DE DÉTAIL**

**LOCATIONS AND  
ESTABLISHMENTS  
STATISTICS**

**STATISTIQUE  
DES LOCAUX D'AFFAIRES  
ET DES ÉTABLISSEMENTS**

Price - \$6.00 - Prix

*Published by Authority of*  
The Minister of Trade and Commerce

*Publication autorisée par*  
le ministre du Commerce

ROGER DUHAMEL, F.R.S.C.  
Queen's Printer and Controller of Stationery  
Ottawa, 1966

ROGER DUHAMEL, m.s.r.c.  
Imprimeur de la Reine et Contrôleur de la Papeterie  
Ottawa, 1966



## PREFACE

Results of the 1961 Census of Canada are being issued in the form of a number of series of bulletins. These bulletins have been prepared so that the tables may be combined in volume form. Bulletins 6.1-1 to 6.1-4 deal with retail trade location statistics, Bulletins 6.1-5 to 6.1-7 deal with retail trade establishment statistics; together with this Introductory Bulletin (6.1-8) they constitute Volume VI (Part 1) of the 1961 Census. Volume VI (Part 2) relates to the wholesale and service fields.

The tabular material of Volume VI (Part 1) provides information relating to retail trade locations and establishments by geographical areas, kind of business and type of operation, including such data as number of establishments, sales, employment, payrolls, inventories and commodities. A set of reference maps is available in Census Bulletin 1.1-9 for the various geographical areas covered.

The following Introductory Bulletin outlines the general enumeration, survey, editing and tabulation procedures; it includes as well tabular material relating to total known retail trade.

The material for Volume VI (Part 1) was prepared by the Census of Merchandising Section of the Merchandising and Services Division from tabulations carried out in the Tabulating Services Division.

WALTER E. DUFFETT,  
*Dominion Statistician.*

## PRÉFACE

Les résultats du recensement du Canada de 1961 sont publiés en un certain nombre de séries de bulletins. Ceux-ci ont été établis de façon que les tableaux puissent être réunis en volumes. Les bulletins 6.1-1 à 6.1-4 traitent de la statistique des locaux d'affaires du commerce de détail; les bulletins 6.1-5 à 6.1-7, de la statistique des établissements du commerce de détail; et l'ensemble, y compris l'introduction qui suit (bulletin 6.1-8), constitue le volume VI (partie 1) du recensement de 1961. Le volume VI (partie 2) a trait au commerce de gros et de service.

Les tableaux du volume VI (partie 1) contiennent des renseignements relatifs aux locaux d'affaires et aux établissements du commerce de détail par région géographique, genre de commerce, forme d'activité de même que sur le nombre d'établissements, les ventes, l'emploi, la rémunération, les stocks et les marchandises. Le bulletin de recensement (1.1-9) contient des cartes de référence pour les diverses régions géographiques qui font l'objet de tableaux.

L'introduction qui suit expose les méthodes générales de dénombrement, d'enquête, de contrôle et de calcul et contient des tableaux relatifs au total du commerce de détail connu.

La matière du volume VI (partie 1) a été établie par la Section du recensement du commerce, Division du commerce et des services, à partir de calculs effectués par la Division des calculs.

WALTER E. DUFFETT,  
*Statisticien du Dominion.*



## TABLE OF CONTENTS

Section	Page
1. Scope and coverage, methods and procedures .....	7
2. Kind of business descriptions .....	15
3. Copies of basic reporting forms .....	29
4. Summary tabular data .....	51

### Retail Trade

#### Location Statistics

##### Bulletin

6.1-1 Provinces and cities by kind of business.	pages 1-1 to 3-12
6.1-2 Counties and incorporated centres of 1,000 population and over.	pages 4-1 to 7-20
6.1-3 Size of business.	pages 8-1 to 11-90
6.1-4 Miscellaneous data.	pages 12-1 to 16-3

#### Establishment Statistics

6.1-5 General statistics.	pages 17-1 to 21-12
6.1-6 Credit statistics.	pages 22-1 to 22-48
6.1-7 Analysis of sales by commodity.	pages 23-1 to 26-2

## TABLE DES MATIÈRES

Section	Page
1. Portée et couverture, méthodes et procédés .....	7
2. Descriptions des genres de commerce .....	15
3. Spécimens des questionnaires de base .....	29
4. Tableaux récapitulatifs des données .....	51

### Commerce de détail

#### Statistique des locaux d'affaires

##### Bulletin

6.1-1 Provinces et cités selon le genre de commerce.	pages 1-1 à 3-12
6.1-2 Comtés et centres constitués de 1,000 habitants et plus.	pages 4-1 à 7-20
6.1-3 Taille du commerce.	pages 8-1 à 11-90
6.1-4 Données diverses.	pages 12-1 à 16-3

#### Statistique des établissements

6.1-5 Statistique générale.	pages 17-1 à 21-12
6.1-6 Statistique du crédit.	pages 22-1 à 22-48
6.1-7 Analyse des ventes par denrée.	pages 23-1 à 26-2





# INTRODUCTION

## VOLUME VI (Part: 1)

### CENSUS OF MERCHANDISING AND SERVICE ESTABLISHMENTS, 1961

#### 1. Scope and Coverage, Methods and Procedures

**Planning the census.** — The first requisite in planning this census, was the formation of a census subcommittee. The main problems of this committee were to discuss and decide upon the scope or coverage, confer with users to determine the items of data to be collected and to design appropriate questionnaires to achieve this. For 1961 no new method of obtaining a list of wholesale, retail and service businesses could be developed so that the census enumerator was again used, as for previous censuses, to list all such businesses. The information to be compiled was to cover the census year and since the business year was not yet closed when the enumerator called, he could not possibly collect it. Secondly, the information is considered most confidential by the business man who would generally not give it to an enumerator, a local person. Thirdly, the operator could not readily get all of the information; his books are handled by a private accountant, they were not yet closed, etc. For 1961, then, the plan was to ask the census enumerator to list all businesses in the required areas; this formed the basis for a mail survey.

A form for enumerator listing was designed to show name and address of the business, the head office or other mailing address if required, a check-off as to wholesale, retail or service, a brief description of the business, a check question as to whether English or French forms would be required, the number of locations under the same ownership and a range of annual sales to be checked off. In a test census it was found that the last item was considered by many as confidential and the question on the relative size of the business was re-phrased to "number of persons engaged".

It was decided to design short forms for small businesses (later identified as those with less than 3 persons, including proprietor) and long forms for all others; no short forms, however, were sent to retail automotive businesses, retail drug stores or to wholesalers. It was also decided to design questionnaires appropriate to the major fields of trade, i.e., separate forms for food, for clothing, automotive, etc. In all, some 37 different forms were used in English and in French covering the three fields of retail, wholesale and service.

### RECENSEMENT DES ÉTABLISSEMENTS DE COMMERCE ET DE SERVICE, 1961

#### 1. Portée et couverture, méthodes et procédés

**Planification du recensement.** — Le premier élément requis pour la planification de ce recensement a été la formation d'un sous-comité du recensement. Les problèmes majeurs de ce comité ont été de discuter et d'établir la portée et la couverture de ce recensement, puis de rencontrer les personnes qui utiliseraient les questionnaires afin de déterminer quelles données devraient être recueillies en vue d'établir par la suite des questionnaires appropriés. Pour 1961, aucune nouvelle méthode, destinée à obtenir une liste des établissements de gros, de détail et de service, n'a pu être conçue; on s'est donc servi de l'agent recenseur, comme pour les recensements antérieurs, afin qu'il établisse une liste des établissements de commerce. Les renseignements à compiler devaient couvrir l'année du recensement et, comme l'année commerciale n'était pas encore terminée lors de la visite de l'agent recenseur, celui-ci n'a pas pu recueillir les renseignements voulus. En second lieu, les renseignements sont considérés comme strictement confidentiels par l'homme d'affaires qui, en général, ne les donnerait pas à un agent recenseur habitant la même localité. Troisièmement, l'homme d'affaires n'avait pas à sa disposition tous les renseignements soit parce que ses livres étaient entre les mains d'un comptable privé, soit parce qu'ils n'étaient pas encore fermés, ou pour toute autre raison. Donc, pour 1961 on a décidé de demander à l'agent recenseur de faire la liste de tous les établissements dans une région donnée; ceci a constitué la base d'un recensement fait par la poste.

Une formule pour le listage du recensement a été établie, sur laquelle on peut indiquer le nom et l'adresse de l'établissement, son siège social ou toute autre adresse postale, si nécessaire, et où il y a une case appropriée pour indiquer si c'est un établissement de gros, de détail ou de service, une rapide description du commerce, le nombre de locaux appartenant au même propriétaire et la gamme des ventes annuelles; on peut aussi y indiquer si l'on désire des formules en français ou en anglais. Dans un recensement-pilote on s'est aperçu que la question concernant les ventes annuelles était considérée par plusieurs personnes comme étant de nature confidentielle et la question portant sur la taille relative de l'entreprise a été formulée de nouveau comme ceci: "le nombre de personnes à votre emploi".

On a décidé de créer des formules abrégées pour les petites entreprises (lesquelles seront identifiées par la suite comme étant celles de moins de 3 personnes, y compris le propriétaire) et des formules longues pour tous les autres commerces; toutefois, aucune formule abrégée n'a été envoyée ni aux établissements de ventes d'automobiles au détail, ni aux pharmacies de détail ou aux grossistes. On a aussi décidé de créer des questionnaires appropriés aux principaux secteurs du commerce, c'est-à-dire, des formules distinctes pour les établissements de ventes d'aliments, de vêtements, d'automobiles et le reste. On a utilisé en tout quelque 37 formules différentes, de langue française et anglaise couvrant trois domaines: établissements de détail, de gros et de service.

Sample questionnaires were reviewed with the respective trade associations and with outside users of the statistics before final wordings and questions were adopted. The working Committee included DBS users, as required, for discussion of their respective interests. For example, a statistician concerned with labour statistics who also knew the requirements of the Department of Labour attended meetings when the relevant questions were under review.

The quantities of each form were estimated and printing of 4-part continuous forms was completed well in advance of the mailing time schedule. Plans were laid for mechanizing the mailing program to a maximum degree.

**Editing the enumeration.**—As the listings of businesses were received after June 1, 1961, they were "checked in" by District and Enumeration Area and then edited. This editing consisted of cancelling or crossing out businesses obviously out of scope, i.e., manufacturers, farmers, nursing homes, professional businesses (doctors, dentists, etc.), contractors, etc. The in-scope listings were then coded as well as possible by the information provided by the enumerator. The main point was to indicate the questionnaire to be sent which was most appropriate to the business. Based on the size indication (number of persons required to operate the business location), most retail and service businesses were coded to be sent the "short" form if there were less than 3 persons, and the proper "long" form for all others. For example, Form 01 English, or 02 French, was the retail long form "general", 03 or 04 clothing, 05 or 06 hardware, furniture and appliances, etc., to 13 or 14 for the short retail form. Based on the number of stores operated, a separate code was used to facilitate a sort-out of single-unit enumerations vs. multiples. From this code, multiples were brought together and by name and an advanced list requested of all known chains, Head Office mailing was ensured; branch locations were not surveyed separately. Names and addresses were scrutinized for legibility, proper postal address and special mailing requirements. For many businesses, the mail was to be sent to another address; these required a code so that the name could be more easily sorted out from the bulk of the enumeration which was prepared for mailing "en masse" by mechanical means.

Des questionnaires échantillon ont été revus avec les responsables des associations commerciales et avec les personnes de l'extérieur qui utilisent ces questionnaires, avant l'adoption finale de termes appropriés. Le comité en exercice comprenait des personnes du B.F.S. qui utilisent ces formules, et à qui on a donné la chance d'exprimer leur point de vue personnel. Par exemple, un statisticien spécialisé dans la statistique concernant le monde ouvrier et au courant des exigences du ministère du Travail assistait aux réunions lorsque l'on y traitait des problèmes qui se rattachaient à ce domaine.

On a estimé la quantité de chaque catégorie de formules dont on aurait besoin, et l'impression des formules continues en quatre parties si terminée bien avant la date de livraison prévue. On a mis au point des plans afin de mécaniser le plus possible le programme de livraison.

**Dépouillement du recensement.**—Au fur et à mesure que les listes d'établissements parvenaient au Bureau après le 1er juin 1961, on en faisait la classification par district et par secteur de dénombrement pour procéder ensuite à leur dépouillement. Ce dépouillement a consisté à biffer ou à éliminer les établissements et les personnes non visés c'est-à-dire, les manufacturiers, les cultivateurs, les maisons de convalescence, et les professionnels (médecins, dentistes, et le reste), les contracteurs, et le reste. Les établissements visés par le recensement ont alors été codés dans la mesure où les renseignements fournis par l'agent recenseur le permettaient. Le but principal était d'indiquer le questionnaire qui semblait le plus approprié au genre d'établissement. En se fondant sur la grosseur de l'entreprise (le nombre de personnes requises pour faire fonctionner l'établissement), la plupart des établissements de détail et de service ont été codés comme entreprises à qui on devait envoyer la formule "abrégée" si elles avaient à leur service moins de 3 personnes, tandis que toutes les autres recevaient la formule dite "longue". Comme exemple, la Formule 01 en anglais et la Formule 02 en français étaient les formules "longues" pour les établissements de détail, dites aussi formules "générales", les Formules 03 ou 04 s'adressaient aux établissements de vêtements, 05 ou 06 pour la quincaillerie, les meubles, les appareils ménagers, et le reste, jusqu'aux Formules 13 et 14 dites "abrégées" et destinées aux établissements de détail. Un code distinct, basé sur le nombre de magasins en activité, a été utilisé afin de faciliter le dépouillement des unités de recensement simples par rapport aux unités multiples. En se servant de ce code, on a groupé les unités multiples et, d'après leur nom et une liste préalable qui avait été demandée à tous les magasins en série, on a pu adresser le courrier voulu aux sièges sociaux; les succursales n'ont pas été recensées séparément. On a revu avec soin les noms et les adresses de ces établissements afin de s'assurer qu'elles étaient inscrites correctement et que l'adresse exacte ainsi que les indications postales spéciales y figuraient. Un bon nombre d'établissements demandaient que leur courrier soit envoyé à une autre adresse; ces adresses demandaient un codage spécial de manière que leur nom soit plus facilement localisé dans la masse du courrier du recensement qui était préparé mécaniquement, pour envoi postal "en masse".

When all listings had been received, they were sorted in order by Census District and Enumeration Area. Following a prepared list, all localities were coded and then within each, when complete, serially numbered. The locality coding system was as follows: Toronto City was 5-54-01; 5 for Ontario Province (numbered from 0 for Newfoundland to 9 for British Columbia), 54 for York County (counties arranged alphabetically in a province and numbered from 01, 02, etc.) and 01 for locality (within each county or census division places over 30,000 population were coded 01, 02, etc., 5,000 to 29,999 coded 21, 22, etc., 1,000 to 4,999 coded 51, 52, etc., and rural, unincorporated places and other localities under 1,000 population coded 99, except that unincorporated fringes of metropolitan cities were coded 98, and of other major urban areas 97). These locality codes permit sorting out each city or metropolitan area, and rural vs. urban areas as required. After numbering, one copy of the listing was detached from the Form 10 booklet and cut to make 4 cards. These were sorted between retail, wholesale and service, and within each by schedule number. The multiples and special mailing codes were sorted out, the out of scope placed in a cancellation file, and the others were ready for use as a mailing list.

**Mailing program.** — All questionnaires were printed in 4 parts in continuous form with inserted carbon paper — original, respondent's file copy and second and third request. Name, address, schedule and file numbers were punched on IBM cards for all single-unit businesses. By schedule number, the forms were addressed in 4 parts, decollated (carbon discarded, second and third request separated for future use, but kept in numerical order by file number) and bursted, all mechanically. The double form (original and file copy) were mechanically folded, inserted in window envelopes and held in mail bags (by province) until January 1962 for mailing. By code, all single questionnaires for special mailing were processed, but held separate for hand-addressing of outgoing envelope to accountant or other person who would complete the form. All mail was dispatched; postal returns for seasonal places were held until June for re-mailing. Special form letters were designed to trace postal returns marked "moved", "out of business", etc., much contact being made with the neighbouring enumerated business. With enumeration in June and mailing in January-March of the next year, many changes had taken place. New owners or operators returned mail addressed to the former owner without opening it or indicating such change of ownership. If street addresses were available, the questionnaire with appropriate form

Lorsque la liste des établissements a été complète, on a classé ceux-ci par district et secteur de dénombrement. Selon une liste préparée d'avance, toutes les localités ont été codées, pour recevoir ensuite un numéro de série. Le système de codage par localité était le suivant: la ville de Toronto portait le numéro 5-54-01; l'Ontario, 5 (les provinces étant classées de 0 pour Terre-Neuve à 9 pour la Colombie-Britannique), 54 pour le comté d'York (les comtés ayant été mis par ordre alphabétique à l'intérieur d'une province et numérotés 01, 02 et ainsi de suite) et 01 pour chaque localité (à l'intérieur de chaque comté ou division de recensement, les localités comptant plus de 30,000 habitants ont été codées 01, 02, etc., les localités de 5,000 à 29,999 habitants ont été codées 21, 22, etc., les localités de 1,000 à 4,999 habitants, 51, 52, etc., et les localités rurales non constituées et autres qui comptaient une population de moins de 1,000 habitants ont été codées 99, sauf les banlieues non constituées des cités métropolitaines qui ont reçu le n° de code 98, tandis que les autres grandes agglomérations urbaines ont reçu le n° 97). Ces codes de localité permettent d'identifier rapidement chaque ville et zone métropolitaine, et les régions rurales des régions urbaines, selon les besoins. Après le numérotage, une page de la Formule 10 a été détachée et coupée de façon à former 4 cartes, que l'on a assignées respectivement aux entreprises de détail, de gros ou de service, avec pour chacune, un numéro de dossier. Les cas d'établissements multiples et les cas d'adresses spéciales ont été séparés des autres et l'on a ensuite placé dans un dossier d'annulation les cas d'établissements non visés; les autres éléments de la liste étaient alors prêts à servir de fichier postal.

**Programme de mise à la poste des questionnaires.** — Tous les questionnaires ont été imprimés en quatre parties rattachées ensemble puis repliées les unes sur les autres après insertion de papier carbone; l'ensemble se constituait donc d'un original, de l'exemplaire destiné au dossier du répondant, ainsi que des deuxième et troisième demandes. Le nom, l'adresse, le numéro du questionnaire et le numéro du dossier furent poinçonnés sur cartes IBM dans le cas des entreprises à établissement unique. Par numéro de questionnaire, on inscrivit l'adresse voulue sur les quatre parties de chaque formule, qui furent ensuite désenliassées (papier carbone retiré, deuxième et troisième demandes séparées de l'ensemble pour usage ultérieur et conservées dans leur ordre numérique de dossier) puis détachées mécaniquement. La formule double (original et copie destinée au dossier du répondant) fut pliée à la machine, insérée dans des enveloppes à fenêtre et déposée dans des sacs postaux (par province) pour expédition en janvier 1962. Tenant compte du numéro de code, on traita tous les questionnaires devant porter une souscription spéciale, puis on les conserva à part pour les adresser à la main dans des enveloppes devant porter le nom du comptable ou d'une autre personne chargée de remplir le questionnaire au nom de l'entreprise; enfin, tout le courrier fut expédié et les retours portant indication d'une adresse saisonnière furent retenus pour réexpédition en juin. On rédigea des circulaires

letter was returned to the "Present occupant". A mail program of this magnitude, some 300,000 firms, has numerous unexpected problems.

The mailing of appropriate forms to multiple firms was handled differently. Special multiple listing forms designed to accommodate each location of the firm, together with a basic questionnaire for the firm, were sent to Head Offices with special reporting instructions.

Approximately one month from the original mailing, the returned forms were matched with the "second request" file of forms, for the purpose of destroying the second and third request. The remaining second request forms were then used as the first follow-up. Subsequently, the "third request" set of forms was used as a second follow-up. This program saved typing or hand-addressing the numerically large first and second follow-up. For the remaining and smaller follow-ups, form letters were used. The fifth follow-up, took the form of a special request with another questionnaire sent to the Dominion Bureau of Statistics Regional Offices for field collection. Resources restricted this more intensive follow-up to large delinquent firms and to smaller firms within easy reach of the Regional Office. Other delinquents at this stage were sent a form letter containing a minimum request. Finally, the remainder, mostly small businesses, had to be estimated using compiled averages of good returns by size (persons engaged)—trade—province cells, etc. By this means, principal statistics (sales or receipts, employment, payroll, inventory, and accounts receivable at year-end) were coded and tabulation made for all known wholesale, retail and service businesses.

**Coverage and quality of the enumeration.** — Census enumerators list businesses for the Census of Merchandising and Service Establishments as an added task to their more onerous work of collecting data on population, housing, agriculture,

spéciales pour donner suite aux retours marqués "déménagés", "plus en affaires", etc.; dans ces cas, on s'efforça d'obtenir des précisions auprès des établissements du voisinage qui figuraient dans le recensement. Le dénombrement ayant eu lieu en juin et l'envoi des questionnaires en janvier-mars de l'année suivante, bien des changements d'adresses se sont produits dans l'intervalle. Certains nouveaux propriétaires ou exploitants réexpédièrent l'enveloppe sans l'ouvrir ou sans indiquer le changement d'appartenance de l'établissement. Lorsque le numéro de rue était connu, le Bureau renvoyait à l'"occupant actuel" le questionnaire accompagné d'une circulaire appropriée. Un tel programme d'expédition postale (environ 300,000 firmes) a suscité bien des problèmes imprévus.

La mise à la poste des formules destinées aux entreprises à succursales multiples s'effectua différemment. Des formules spéciales de listage, élaborées de manière à convenir à chaque local d'affaires de la firme et comportant un questionnaire de base pour la firme elle-même, furent expédiées au siège social de chaque firme, accompagnées d'instructions particulières.

Environ un mois après l'envoi initial, les formules retournées furent assorties à la série "deuxième demande" et l'on détruisit alors les deuxième et troisième demandes devenues inutiles. Puis les formules de deuxième demande restantes servirent de premier rappel. Ultérieurement, on utilisa les formules de troisième demande comme second rappel. Grâce à cette façon de procéder, on ne fut pas obligé d'adresser à la machine à écrire ou à la main les nombreux rappels qui s'imposaient. Dans le cas des autres rappels (en nombre moins élevé) on eut recours à des lettres circulaires. Le cinquième rappel prit la forme d'une demande spéciale, accompagnée d'un autre questionnaire, et adressée aux bureaux régionaux du B.F.S. qui devaient se charger de les recueillir, dûment remplis. En raison des ressources limitées dont on disposait pour ce rappel plus intensif, on l'appliqua uniquement aux grandes firmes non répondantes et aux entreprises moins importantes qui se trouvaient à proximité du bureau régional. À ce stade, les autres non-répondants reçurent une lettre circulaire qui comportait une demande de renseignements restreinte. Enfin, dans le cas des derniers non-répondants (en majeure partie constitués de petites entreprises) il a fallu procéder à des estimations en recourant aux moyennes obtenues à partie des questionnaires correctement remplis, le tout selon la taille de l'entreprise (nombre de personnes engagées), le genre d'activité, la zone provinciale, etc. De la sorte, on parvint à coder et à tabuler les statistiques principales (ventes ou recettes, emploi, paie, stocks et comptes à recevoir en fin d'année) relativement à tous les établissements de gros, de détail et de service.

**Couverture et qualité du dénombrement.** — Pour les agents recenseurs, dresser la liste des entreprises aux fins du recensement des établissements de commerce et de service est une tâche qui s'ajoute au travail déjà onéreux qu'il leur faut accomplir pour

etc. As such they miss certain businesses for one reason or another. In office buildings, particularly out of scope professional offices are interspersed with agents and brokers, possibly on upper floors; enumerators are paid by name listed, and after checking two floors with no reward, they will, in some cases, leave the building without locating or listing the "in scope" firms. Again, many wholesale businesses have the appearance of manufacturing plants which are not to be enumerated, and after several calls made in vain, the tendency is to pass by the next such building which might well be a proper "in scope" wholesale warehouse. To check the enumeration, many other available lists are matched with it. Trade association membership lists, provincial lists, where available (hotels, theatres, motels and other tourist accommodation under provincial regulations) trade directories, telephone classified sections, etc., are all used in one way or another, to improve the "coverage" of the census; these new names are added to the enumeration and surveyed. While this adds greatly to the work, there are two fundamental requirements to such a mail survey:

1. Obtain, by any means, a complete and accurate list of what or who is to be surveyed.
2. Obtain a completed report from each name on the list.

If these requisites can be met, the rest is a routine but exacting task, i.e., proper classification, editing, coding, tabulating and compiling the information.

The enumeration is a listing as at June of the census year. The purpose of the Census of Merchandising and Service Establishments is to measure the business activity for the entire year. The enumeration obviously does not include businesses opened before but closed by June nor businesses opened after the enumeration date. This problem is aggravated by changes of ownerships, where the respondents do not complete a full year's report; form letters are generally used to determine previous owners and months in business by each. The owner for the missing part of the year is surveyed and the two part-years added to make a complete 12-month report for the particular location. Multiple firms reported all business for the year including new stores opened after June 1, and stores closed early in the year. New registrants in business during the last half of the year were obtained from the Unemployment Insurance Commission and these were surveyed for business carried on up to December 31, 1961. In 1961, a detailed analysis of the underenumeration

rassembler les données concernant la population, l'habitation, l'agriculture, etc. Ainsi, certaines entreprises leur échappent pour une raison ou pour une autre. Dans les immeubles de bureau, notamment ceux qui renferment des bureaux de professionnels non visés par le dénombrement, parmi lesquels se trouvent parfois des bureaux d'affaires ou de courtiers aux étages supérieurs; comme les agents recenseurs sont rémunérés au nom, il peut arriver qu'après avoir parcouru en vain une couple d'étages ils quittent l'immeuble sans avoir trouvé ni inscrit des établissements visés par le recensement. D'autre part, de nombreux établissements de gros ont l'apparence d'établissements manufacturiers, qui n'entrent pas dans le champ du recensement. Si l'agent recenseur s'y rend plusieurs fois sans avoir de réponse, il sera tenté la prochaine fois qu'il se trouvera devant un immeuble ayant même apparence de passer outre alors que cette fois-là l'établissement loge peut-être une entreprise "visée". Pour vérifier le dénombrement, on y a assorti de nombreuses autres listes disponibles, notamment des listes de membres de diverses associations commerciales, des listes provinciales (hôtels, théâtres, motels et autres services de logement pour touristes assujettis à des règlements provinciaux) annuaires de commerces, pages jaunes de l'annuaire téléphonique, etc., qui servent d'une façon ou d'une autre à améliorer la "couverture" du recensement; ces nouveaux noms sont ajoutés à la liste de dénombrement puis enquêtés. Bien que cela augmente considérablement le travail du Bureau, ce Relevé par correspondance s'impose pour les deux raisons suivantes:

1. Obtenir par tous les moyens, une liste complète et précise des établissements ou des personnes à recenser.
2. Obtenir un rapport complet de chaque local d'affaires inscrit sur la liste.

Lorsqu'on peut satisfaire à ces exigences, le reste est une question de routine qui exige néanmoins de la précision: classement rigoureux, dépouillement, codage, tabulation et compilation de l'information.

Le dénombrement représente une liste d'établissements établis au mois de juin de l'année du recensement. L'objet du recensement des établissements de commerce et de service est de mesurer l'activité commerciale pour l'année entière. Le dénombrement n'inclut évidemment pas les locaux d'affaires ouverts avant juin mais qui se trouvent fermés en juin non plus que les établissements qui ouvrent leurs portes après la date du recensement. Ce problème se complique des changements de propriétaires; en pareil cas, les répondants remplissent une formule qui ne couvre pas l'année entière. En général, on leur envoie des lettres pour tâcher d'apprendre le nom des anciens propriétaires et le nombre de mois pendant lesquels chaque propriétaire a exploité l'entreprise. Le propriétaire qui se trouve à exploiter l'entreprise durant les parties de l'année non couvertes par le questionnaire est ensuite enquêté et ces deux groupes de renseignements servent à donner un rapport complet pour les 12 mois d'exploitation de l'entreprise en question. Les établissements à succursales multiples font rapport à l'égard de tous leurs locaux d'affaires,

in certain areas where precise and complete total lists were available, suggests that the final actual undercoverage of the census in number of businesses (likely much less in dollars of business) was between 2 and 3 per cent.

**Editing and coding of returns.**—Short form editing was relatively simple except for proper kind of business classification based on a "write-in" question. Basic coding included form of organization, number of units operated under same ownership, operating practices such as hours open in an average week, delivery, parking facilities, summer vs. winter hours, owned or rented premises, the principal statistical items of working proprietors, employment, payroll, sales and receipts from services, inventory and accounts receivable at year-end. In addition, retail and service long forms and all wholesale forms included more extensive questions on seasonal employment, trading statements producing gross profit or margin, sales by class of customer, miscellaneous revenue, and sales by commodity classes. Service and wholesale forms also covered a complete range of operating expenses. These additional items collected as census information for the first time in 1961 imposed a serious editing problem. Detailed financial statements submitted by large firms had to be transcribed properly by inexperienced clerks and returned by registered mail. The extensive questions on these long forms slowed down the editing "production" to a serious degree.

Editing forms for reasonableness and required completeness of certain items of data necessitated the use of form letters, follow-up systems, hold for accountant, etc., and, with the added detail, delayed completion of the census to a certain extent. In 1951, retail stores, for example, reported data that was contained on one IBM 80-column card except for sales by commodities. In 1961, most of the retail long forms required 5 IBM cards plus the additional commodity cards as in 1951. Long questionnaires in the service field and all wholesale forms, with detailed operating expenses, required 5 and 9 key-punch cards, respectively,

y compris les locaux ouverts après le 1er juin et les locaux qui ont fermé leurs portes au début de l'année. Les noms des personnes qui se lancent dans le commerce au cours de la dernière partie de l'année sont obtenus des registres de la Commission d'assurance-chômage, et dans leur cas on fait enquête pour la période allant jusqu'au 31 décembre 1961. Cette année-là, une étude détaillée de l'insuffisance du dénombrement dans certaines zones à l'égard desquelles il existait des listes complètes et précises a révélé que le pourcentage de sous-couverture en ce qui concerne le nombre d'entreprises s'établissait entre 2 et 3 (et vraisemblablement à un pourcentage encore moindre quant à la valeur des ventes).

**Dépouillement et codage des déclarations.**—Le dépouillement des formules abrégées a été relativement facile, sauf en ce qui concerne le classement par genre de commerce fondé sur une question qui appelait une réponse écrite. Le codage de base tenait compte de la forme d'organisation, du nombre de locaux opérant sous un même propriétaire, des pratiques d'exploitation, notamment le nombre d'heures d'exploitation au cours de la semaine moyenne, les services de livraison, les services de stationnement, les heures d'hiver par opposition aux heures d'été, le mode d'occupation des locaux (statut de locataire et statut de propriétaire), les principaux éléments statistiques des propriétaires-exploitants, l'emploi, la paie, les ventes et les recettes provenant des services, les stocks, ainsi que les comptes recevables en fin d'année. En plus, les formules non abrégées ainsi que toutes les formules destinées aux grossistes comportaient des questions plus détaillées au sujet de l'emploi saisonnier, les états de commerce laissant voir le profit brut ou les marges de profit, les ventes par catégorie de clients, les revenus divers et les ventes par catégorie de produits. Les formules intéressant les établissements de service et de gros portaient également sur une grande variété de dépenses d'exploitation. Ces détails supplémentaires, recueillis pour la première fois en 1961 dans le cadre du recensement, ont exigé un important travail supplémentaire de dépouillement. Un certain nombre d'états financiers très complets qu'avaient soumis diverses grandes firmes ont dû être transcrits par des commis inexpérimentés et retournés par courrier recommandé. Les longues questions que comportaient les formules non abrégées ont sensiblement ralenti le rythme du dépouillement.

Afin d'assurer que les réponses fournies étaient plausibles et que certaines demandes de renseignements comportaient des réponses suffisamment complètes, il a fallu recourir à des lettres circulaires, à diverses formes de rappel ainsi qu'à l'envoi des questionnaires retenus à l'intention des comptables, etc., ce qui a retardé quelque peu l'exécution du recensement. En 1951, des magasins de détail, par exemple, ont déclaré des chiffres qui étaient contenus dans une carte IBM à 80 colonnes, exception faite des ventes par produit. En 1961, la plupart des formules non abrégées et destinées au commerce de détail ont exigé cinq cartes IBM, plus des cartes

compared to 1 for earlier censuses. Many of the characteristic or descriptive items were pre-coded on the questionnaire as shown in Section 3 of this bulletin. Data reported in dollars were coded to the nearest hundred.

**Key punching.**—This was done as forms were edited, first attention given to retail, then service and wholesale. If the completed report of a business required more than one punch card, the extra cards all contained identical basic information such as file number, kind of business, and sales. On the sample questionnaires contained in Section 3 of this bulletin, it will be seen that there are certain shaded coding boxes. These are the items common to all punch cards and in every case this information was key-punched before beginning at card 02 for example.

In some instances, the item reported was larger than the provisions of the coding space; this occurred more frequently in the punching of multiple firm summaries. Overflow cards were required to carry the additional data. In such cases, the identifying codes were punched and the first card carried an over-punch to indicate that it matched with an overflow card and the overflow card was identified as such. In tabulation, the overflow cards were not counted as additional stores or businesses in the store count total.

A mechanical edit was carried out for all punched cards and rejects were reviewed and corrected where necessary. Some standard edits were: incorporated companies could not have proprietors; the number of employees should not exceed salaries; if there were employees, there must be salaries; gross margin must not exceed sales, sales must exceed salaries, etc. Special edits were run to reject offset punching, impossible classification codes, etc.

**Tabulation.**—The first tabulations were at the retail store location level, i.e., each separate store in its place. For each store the principal items of proprietors, employees, payroll, sales, inventory and accounts receivable at year-end were available. This permitted a check, in detail, with previous censuses. These data were sorted and tabulated in various ways for maximum usefulness. Tabulations were made for Canada, each province and each city area over 30,000 population

supplémentaires portant sur les produits, tout comme en 1951. Les questionnaires non abrégés qui intéressaient les établissements de service et de gros, et qui comportaient une ventilation des dépenses d'exploitation ont nécessité respectivement, 5 et 9 cartes à perforer, comparativement à une carte lors des recensements antérieurs. Un bon nombre des éléments caractéristiques ou descriptifs ont été précodés sur le questionnaire, ainsi que le laisse voir la section 3 du présent bulletin. Les données déclarées en dollars ont été chiffrées à la plus proche centaine.

**Perforation des cartes.**—Ce travail s'est accompli à mesure qu'on dépouillait les formules; on s'est d'abord occupé des établissements de détail puis des établissements de service et de gros. Lorsque la déclaration d'une entreprise demandait plus d'une carte à perforer, les cartes supplémentaires contenaient toutes les mêmes données de base, à savoir le numéro de dossier, le genre de commerce et le chiffre des ventes. Dans le questionnaire spécimen que l'on trouvera à la section 3 du présent bulletin, on y verra certaines cases de codage en gris. Il s'agit des éléments communs à toutes les cartes perforées et, dans chaque cas, l'information était perforée avant de commencer, par exemple, à la carte 02.

Parfois, le détail déclaré excédait l'espace de codage disponible, ce qui s'est présenté le plus souvent dans les séries récapitulatives des entreprises à établissements multiples. Il a donc fallu utiliser des cartes de plus grande capacité pour l'inscription de ces données supplémentaires. En pareils cas, on a poinçonné les codes d'identité et la première carte portait une surperforation pour indiquer qu'elle s'assortissait à une carte de dépassement identifiée comme telle. À l'étape de la tabulation, les cartes de plus grande capacité n'ont pas été comptées comme correspondant à des magasins ou locaux d'affaires additionnels dans le calcul du total.

Le dépouillement de toutes les cartes perforées s'est effectué à la machine et l'on a examiné et corrigé au besoin les cartes rejetées. Voici certaines normes ayant servi de guide au dépouillement: les compagnies constituées en corporations ne pouvaient pas avoir un "propriétaire"; le nombre d'employés ne pouvait pas dépasser le chiffre des salaires; lorsqu'il y avait des employés il fallait aussi qu'il y eût des salaires; les marges bénéficiaires brutes ne pouvaient pas dépasser le chiffre des ventes; les ventes devaient nécessairement dépasser les salaires, etc. Les cartes rejetées et les cartes impossibles à coder suivant la classification établie, ont fait l'objet de dépouillements spéciaux.

**Tabulation.**—Les premières tabulations ont été effectuées au niveau du local d'affaires des magasins de détail, c'est-à-dire que chaque magasin a été considéré comme un local d'affaires. Dans le cas de chaque magasin, on disposait des données principales (propriétaire, emploi, paie, ventes, stocks et comptes à recevoir en fin d'année). Cela a permis de vérifier en détail toutes les déclarations au regard des recensements antérieurs. On a trié et classé les données de diverses manières afin de les rendre le



by detailed kind of business; totals were compiled by counties or census divisions and each locality of 1,000 population or more; various compilations were made by store size measurements—employment size, annual sales volume categories, by number of units operated under the same ownership, etc.; other tabulations provided totals by form of organization, by type of occupancy, etc.; the separate census bulletins are described on the inside of the back cover of this bulletin.

Establishment statistics include such information as gross profit ratios, sales by commodity classes, credit sales, etc.; which are not available at the individual store level, but rather at the accounting entity level. For these tabulations, the individual store data for multiple firms were excluded and replaced by provincial summaries or establishment data for the firm. Tabulations at the establishment level were made for items of interest beyond those defined as principal statistics; they include gross profit margins, miscellaneous income, certain detail on employment, sales by commodity classes and credit sales. As for location statistics, the bulletins containing these results are described on the inside of the back cover.

**Publication.**—Census results for 1961 are published by means of a series of separate bulletins which can be contained in a ring binder. This method permits release of a data as produced rather than withholding all tabular information pending the preparation of a bound volume. Some preliminary releases were made of basic data; in general the seven retail trade bulletins followed in succession as tabulations were compiled. In some instances, certain areas of tabulation delayed work on census material with the result that the expected schedule of bulletin releases was not maintained.

plus utiles possible. Les tabulations ont été effectuées à l'égard du Canada entier, ainsi qu'à l'égard de chaque province et de chaque agglomération urbaine de 30,000 habitants ou plus, selon le genre de commerce; on a établi les totaux par comté ou division de recensement et par localité de 1,000 habitants ou plus; on a également fait diverses répartitions selon certaines caractéristiques de taille: nombre d'employés, volume annuel des ventes par catégorie de produits, nombre de locaux d'affaires exploités par un même propriétaire, etc. D'autres calculs ont permis d'obtenir des totaux selon la forme d'organisation, le mode de possession, etc.; les divers bulletins de recensement font l'objet d'une énumération descriptive à la page intérieure de la couverture arrière du présent bulletin.

La statistique des établissements comprend des données sur la proportion des bénéfices bruts, la vente par catégorie de produits, les ventes à crédit, etc., qui sont autant de données disponibles non pas au niveau du magasin pris individuellement mais au niveau de l'entité comptable. Aux fins de ces calculs, les données relatives aux divers magasins des établissements à locaux multiples ont été exclues et remplacées par des résumés provinciaux ou par les "données-établissement" de la firme. Les calculs au niveau de l'établissement se sont effectués à l'égard de données dont l'intérêt allait au-delà des chiffres considérés comme statistiques principales: marges de bénéfices bruts, revenus divers et certains détails sur l'emploi, les ventes réparties suivant la catégorie de produit et les ventes à crédit. En ce qui concerne la statistique des locaux d'affaires, on trouvera à la page intérieure de la couverture arrière du présent bulletin la liste des publications qui renseignent sur le sujet.

**Publication.**—Les résultats du recensement de 1961 paraissent dans une série de bulletins que l'on peut obtenir dans un relieur à anneaux. Ce système permet de publier un groupe de données dès qu'il est prêt, au lieu de retenir tous les chiffres en attendant la publication sous forme de volume relié. Le Bureau a fait paraître certains documents préliminaires qui contenaient les données de base; en général, les sept bulletins portant sur le commerce de détail ont paru à mesure que les chiffres étaient publiés. Dans certains cas, les calculs particuliers ont retardé la préparation des documents de recensement, ce qui a empêché le Bureau de s'en tenir rigoureusement à ses dates de publication prévues.



## 2. Retail Trade, Kind of Business Descriptions

For purposes of the Census of Retail Trade, each store was assigned to a specific kind-of-business classification. This was based upon the description of the business as given on the census return and by the proportion of the various commodities sold when this information was supplied.

Kind-of-business classifications are not synonymous with commodity sales. Grocery stores, for example, sell other than food items and general stores and department stores sell food; some drug stores sell camping supplies, china and glassware, etc., but the major activity places the store in the drug store classification.

While the descriptions of most kinds of business are similar to those of previous censuses, the shifting of certain trades to the service and wholesale classifications has resulted in some changes in retail kind of business groups. Food stores now include only stores so classified—restaurants, caterers, etc., are classed as service, and liquor, beer and wine stores are under "Other retail stores group". With the transfer of lumber and building material dealers to wholesale trade, the retail hardware and paint stores were not considered sufficient to constitute a group; they were added to furniture and appliances to make up a group of durable goods, now named "Hardware and home furnishings group". Second-hand stores are included in the group to which they belong, rather than separated as a group. Drug stores have been added to "Other retail stores group" from which farm implement dealers, farm supplies, feed stores and harness shops have been deleted and transferred to wholesale trade.

### Food Group

**Bakery products stores.**—This classification includes stores operated in conjunction with and on the same premises as the manufacturing of baked goods. In most cases, the bakery store sells basically the products of the establishment's own manufacture.

**Candy, nut stores.**—Retail stores selling almost exclusively candy and/or nuts and consisting chiefly of the multiple retail outlets of candy and nut manufacturing firms. If a restaurant business is combined with such a store, as is very often the case, the candy and/or nut sales must amount to at least 90% of the total trade.

**Confectionery stores.**—Retail stores selling mainly candy and confectionery, soft drinks, soda fountain products and ice cream. Other items may

## 2. Commerce de détail, descriptions des genres de commerce

Aux fins du recensement du commerce de détail, chaque magasin a été classé dans une catégorie de commerce déterminée. Le classement s'est fondé sur la description de l'entreprise fournie dans le rapport de recensement et d'après les ventes proportionnelles des divers groupes de denrées quand ce renseignement était donné.

Les catégories de commerce ne se confondent pas avec les ventes de denrées. Par exemple, les épiceries ne vendent pas uniquement des produits alimentaires et il arrive que des magasins généraux et de grands magasins vendent des aliments; certaines pharmacies vendent du matériel de camping, de la vaisselle et de la verrerie, etc., mais leur principale activité les place dans la catégorie des pharmacies.

S'il est vrai que les descriptions de la plupart des genres de commerce sont analogues à celles des recensements antérieurs, par contre le transfert de certains commerces à la catégorie des entreprises de service et de gros a produit certains changements dans les groupes de commerce de détail. Les magasins d'alimentation ne comprennent maintenant que les magasins ainsi classés. Les restaurants, traiteurs, etc., tombent dans la catégorie des services, tandis que les magasins de boissons alcoolisées, de bière et de vin se classent sous "Autres magasins de détail". Comme les marchands de bois et de matériaux de construction ont passé au commerce de gros, les magasins de quincaillerie et de peinture n'ont pas été jugés assez nombreux pour constituer un groupe; on les a donc ajoutés aux meubles et fournitures de maison en vue de former un groupe de biens durables, qui s'appelle maintenant "Groupe de quincailleries et de fournitures de maison". Les magasins d'occasion font partie du groupe auquel ils appartiennent, plutôt que d'être classés comme groupe distinct. Au groupe "Autres magasins de détail", on a ajouté les pharmacies, mais on a rayé les magasins d'instruments, de fournitures agricoles, les magasins d'aliments pour animaux et les magasins de harnais pour les faire passer au commerce de gros.

### Groupe des aliments

**Boulangerie et produits.**—Cette rubrique comprend les magasins exploités concurremment avec la fabrique de produits de boulangerie et dans les mêmes locaux. La plupart du temps, la boulangerie vend essentiellement les produits de la fabrique même.

**Bonbons et noix.**—Magasins de détail qui vendent à peu près exclusivement des bonbons ou des noix ou les deux et constitués principalement des comptoirs de détail des fabriques mêmes de bonbons et de noix. Si, comme il arrive fréquemment, un restaurant tient un commerce semblable, ses ventes de bonbons ou de noix ou les deux doivent atteindre au moins 90 p. 100 de son commerce total pour qu'il entre dans cette catégorie.

**Confiseries.**—Magasins de détail qui vendent surtout des bonbons et de la confiserie, des eaux gazeuses et autres rafraîchissements, et de la crème

include tobacco, groceries and fresh fruits and vegetables, magazines and school supplies, and light meals, but items of the first group, namely candy and confectionery, soda fountain products, ice cream, should constitute at least 50% of the total trade.

**Dairy products stores.** — Retail stores selling mainly dairy products such as fluid milk, cream, butter and cheese, in which any manufacturing operations carried out are not extensive enough to justify the classification of the store as an industry. Other items may include honey, cooked meats, occasionally some light groceries and also eggs. Included here are dairy bars, dairy queen and other ice cream stands.

**Egg and poultry stores.** — Retail stores selling mainly eggs and live or dressed poultry. Other items may include dairy products, but eggs and poultry should constitute more than 50% of the total trade.

**Fruit and vegetable stores.** — Stores selling fruits and vegetables at least to the extent of 50% of total sales. Producers selling their own products on markets or at roadside stands are not included. A combination of grocery items with fruits and vegetables, and possibly other minor items, would be classed as grocery, if grocery sales predominated.

**Grocery stores, without fresh meat.** — Retail stores selling mainly a general line of groceries such as tea, coffee, cocoa, dried fruit, spices, sugar, flour, canned and/or frozen food such as soups, vegetables and fruits and other processed food, and also non-edible items such as tissues, soap, cleaning agents, polishes.

Other items may include cooked or prepared meats, a small quantity of fresh meats (less than 15%), fresh fruits and vegetables, drug sundries and also a general line of merchandise such as is found in a country general store, but grocery items should constitute at least 68% of the total trade. In Quebec and Newfoundland, this includes grocery stores selling beer.

**Combination stores (grocery stores, with fresh meat).** — Retail establishments selling mainly a combination of groceries as defined above and fresh meat, where fresh meats are between 15% and 67% of sales.

Fresh fruits and vegetables frequently form an important part of the trade of combination stores and other items may include tobacco and candy. Combination stores in Quebec and Newfoundland selling beer are included.

**Meat markets.** — Retail stores selling mainly fresh meats. Other items may include cured meats,

glacée. Ils vendent parfois aussi du tabac, de l'épicerie, des fruits et des légumes frais, des périodiques, des fournitures scolaires et, même, servent de légers repas. Toutefois, les articles du premier groupe (bonbons, confiserie, rafraîchissements et crème glacée) doivent représenter au moins 50 p. 100 du commerce total.

**Produits laitiers.** — Magasins de détail vendant surtout des produits laitiers tels que lait liquide, crème, beurre et fromage et où la fabrication n'est pas assez considérable pour qu'ils soient classés comme industries. Ils peuvent également vendre du miel, des viandes cuites et, occasionnellement, de menus articles d'épicerie et des oeufs. Parmi ces entreprises se trouvent aussi les divers comptoirs (bars) où se vendent divers produits laitiers et crème glacée.

**Oeufs et volailles.** — Magasins de détail vendant surtout des oeufs et des volailles vivantes ou habillées. Ils peuvent également vendre des produits laitiers, mais la vente des oeufs et de la volaille doit atteindre plus de 50 p. 100 du commerce total.

**Fruits et légumes.** — Magasins dont les ventes de fruits et légumes doivent atteindre au moins 50 p. 100 du commerce total. Ne sont pas compris ici les marchands qui vendent leurs propres produits au marché ou à des comptoirs sur la route. Si certains articles d'épicerie et possiblement d'autres menus articles sont vendus avec les fruits et légumes, ces magasins tombent dans la catégorie des épiceries, pourvu que les ventes d'épicerie y prédominent.

**Épiceries, sans viande fraîche.** — Magasins de détail vendant surtout de l'épicerie comme thé, café, cacao, fruits secs, épices, sucre, farine, aliments en conserve ou congelés ou les deux (tels que soupes, fruits et légumes) et autres aliments apprêtés; ils vendent aussi des articles non comestibles comme papiers hygiéniques, savon, agents nettoyeurs, vernis.

Ils vendent parfois aussi des viandes cuites ou apprêtées, un peu de viande fraîche (moins de 15 p. 100), des fruits et des légumes frais, des produits pharmaceutiques divers et, aussi, des marchandises que l'on trouve généralement dans des magasins généraux de campagne; toutefois, la vente d'épicerie doit atteindre au moins 68 p. 100 du commerce total, dont fait partie la vente de la bière au Québec et en Terre-Neuve.

**Épiceries-boucheries (épiceries avec viande fraîche).** — Magasins de détail vendant surtout de l'épicerie, selon la définition ci-dessus et de la viande fraîche, où la viande fraîche constitue de 15 à 67 p. 100 des ventes.

Les fruits et les légumes frais représentent souvent une part importante du commerce des épiceries-boucheries, qui vendent aussi, parfois, d'autres articles, tels que le tabac et les bonbons. Au Québec et en Terre-Neuve, ce commerce comprend aussi la vente de la bière.

**Boucheries.** — Magasins de détail vendant surtout des viandes fraîches. Ils peuvent vendre aussi

poultry, dairy products, eggs, etc. Dry groceries may also be included, but not more than 33% of the total trade.

**Fish markets.**—Retail stores selling mainly fresh or cured fish, shellfish and other sea foods.

Other items may include meats, but the classification, whether it is a fish market or meat market, will depend on the predominance of either fish or meat.

**Food stores, with other merchandise.**—Retail stores selling mainly food items along with such items as silk, embroideries, art goods, curios and other general merchandise. These stores chiefly consist of stores under Italian or Chinese ownership, but stores selling only Chinese groceries do not belong to this classification; they are included under grocery stores.

**Other food stores.**—Retail stores selling mainly special items of food which cannot be classified elsewhere, for example, stores dealing in one or more specialty lines such as dietary foods, rice or peanut oil, coffee, tea and spices.

**Delicatessen stores.**—Retail stores selling mainly food ready-to-serve in the home without further preparation, such as cooked meats, prepared salads, etc. Other items may include bakery products, confectionery, dairy products, canned and bottled foods and groceries, but in minor quantities.

#### General merchandise group

**Department stores.**—Retail establishments carrying a general line of apparel such as suits, coats, dresses and furnishings; piece goods; house furnishings such as furniture, floor coverings, curtains, draperies, linens and/or major household appliances and housewares such as table and kitchen appliances, dishes and utensils. These and other merchandise lines are arranged in separate sections or departments with the accounting on a departmentalized basis. The departments and functions are integrated under a single management.

**Mail order offices or houses of department stores.**—Establishments maintained by department stores for the purposes of taking or filling orders by mail.

**Non-department stores.**—Establishments owned and operated by department store firms such as heavy goods depots, separately located grocerias or specialty (clothing) stores.

**General merchandise stores.**—Establishments primarily engaged in selling piece goods and/or a combination of men's and women's apparel, housewares and house furnishings and other lines in

d'autres articles comme des viandes salées, de la volaille, des produits laitiers, des oeufs, etc., de même que de l'épicerie sèche, mais dans une proportion qui ne surpasse pas 33 p. 100 du total des affaires.

**Poissonneries.**—Magasins de détail qui vendent surtout du poisson frais ou salé, des mollusques ou autres aliments d'origine marine.

Ils peuvent vendre aussi de la viande, mais leur classement, soit comme poissonneries ou boucheries, dépendra de la prédominance du poisson ou de la viande.

**Aliments et autres marchandises.**—Magasins de détail vendant surtout des articles d'alimentation en même temps que des articles comme de la soie, des broderies, des bibelots, des articles d'agrément et d'autres marchandises générales. Ces magasins sont surtout la propriété d'Italiens et de Chinois, mais ceux qui vendent de l'épicerie chinoise n'entrent pas dans cette catégorie. Ils appartiennent aux épiceries.

**Denrées alimentaires, autres.**—Magasins de détail vendant surtout des spécialités alimentaires qu'on ne peut classer ailleurs, par exemple, les magasins d'une ou plusieurs spécialités comme les aliments de diète, le riz ou l'huile d'arachides, le café, le thé et les épices.

**Charcuteries.**—Magasins de détail vendant surtout des aliments prêts à servir à la maison sans autre préparation, comme les viandes cuites, les salades préparées, etc. Ils peuvent vendre aussi des produits de boulangerie, de la confiserie, des produits laitiers, des aliments en conserve ou en bouteille, mais en petites quantités.

#### Groupe des marchandises en général

**Grands magasins (à rayons).**—Commerces de détail vendant: vêtements tels que complets, paletots et manteaux, robes et accessoires; marchandises à la pièce; fournitures de maison comme meubles, tapis et prélaris, rideaux, draperies; articles de toile; fournitures et articles de ménage tels que tables et appareils de cuisine, plats et autres ustensiles. Ces diverses marchandises et autres sont disposées dans des sections ou rayons distincts qui tiennent leur propre comptabilité. Les rayons et leurs rouages dépendent d'une même et seule direction.

**Comptoirs postaux des grands magasins (à rayons).**—Commerces des grands magasins maintenus afin de recevoir ou d'exécuter des commandes par la poste.

**Autres magasins (non à rayons).**—Commerces appartenant aux grands magasins, tels que les entrepôts de marchandises lourdes, les épiceries établies séparément ou les magasins de spécialités (vêtements).

**Marchandises en général.**—Commerces vendant principalement des marchandises à la pièce et des vêtements d'hommes et de femmes, des articles et fournitures de maison et autres marchandises en

limited amounts. Stores selling commodities covered in the definition for department stores, but which do not have proper departmental accounting, are included in this classification. A general merchandise store may carry a line of grocery items, but these should not exceed 1/3 of total sales.

**General stores (more than one-third foods).** — Establishments usually located in rural communities and engaged in selling dry goods or apparel with groceries amounting to 1/3 to 2/3 of total sales. In addition, such establishments must show sales for at least one other subsidiary line such as hardware, household appliances, gasoline, paint, etc. If groceries exceed 67%, the store is classed as a grocery store; if less than 33%, it is classed as a general merchandise store.

**Variety stores.** — Retail establishments popularly known as "5 cent-to-a-dollar" stores, carrying a variety of general merchandise in the low and popular price ranges. The fact that these stores may carry a substantial amount of apparel, including ready-to-wear dresses, etc., does not make them department stores. The distinguishing factor is the lack of furniture and major household appliances. Also, although the lines carried are similar to those carried by general merchandise stores, the characteristics of the variety stores are the low and popular price range and the fact that the sales are normally made on a cash-and-carry basis, with merchandise displayed openly and selected directly by the customers. The major share of this trade is in the chain store field.

#### **Automotive group**

**Automobile dealers.** — Retail businesses selling mainly new or both new and used motor vehicles, provided that new car sales amount to 20% or over of the total sales, irrespective of number sold, where no wholesale car department is maintained and where farm implements are not handled. Tractors are frequently handled by automobile dealers and for census purposes are considered as farm implements. Establishments selling automobiles and tractors are included in the "Automobile dealers, with farm implements" class.

**Automobile dealers, with wholesale car departments.** — Retail businesses same as above, but including wholesale car departments through which certain makes of cars are distributed to dealers in adjacent territories. The wholesale business must include at least five motor vehicles and/or parts and accessories, but when only parts and accessories form the wholesale business, this classification is not used.

**Automobile dealers, with farm implements.** — Retail businesses selling mainly motor vehicles in combination with farm implements, including

quantités restreintes. Les magasins vendant des marchandises mentionnées dans la définition, mais qui n'ont pas leur propre comptabilité, entrent dans cette catégorie. Un magasin de marchandises générales peut vendre de l'épicerie, mais les ventes à cet égard ne doivent pas dépasser le tiers des ventes totales.

**Magasins généraux (plus d'un tiers d'aliments).** — Magasins situés d'ordinaire dans des centres ruraux et vendant de la mercerie ou des vêtements en même temps que de l'épicerie pour un montant s'établissant de 1 à 2 tiers des ventes totales. De plus, ces entreprises doivent vendre au moins une des marchandises suivantes: quincaillerie, articles de ménage, essence, peinture, etc. Si les articles d'épicerie représentent plus de 67 p. 100 des ventes, le magasin est classé comme épicerie; s'ils représentent moins de 33 p. 100 le magasin est classé comme entreprise vendant des marchandises en général.

**Variétés.** — Commerces de détail vendant une variété de marchandises générales à bas prix et connus généralement sous le nom de "bazars". Ces magasins peuvent avoir un stock assez considérable de vêtements, dont des robes de confection, etc., mais ils ne sont pas pour autant des grands magasins (à rayons). Ils se distinguent de ceux-ci par l'absence de meubles et des principaux articles de ménage. De même, bien que les marchandises qu'ils vendent soient semblables à celles des magasins de marchandises générales, ils se distinguent de ceux-ci par leurs bas prix, par la vente ordinairement au comptant et sans livraison et par l'étalage des marchandises, qui permet au client de faire directement son choix. Ce commerce se fait en majeure partie dans le domaine des magasins en série.

#### **Groupe de l'automobile**

**Automobiles.** — Commerces de détail qui vendent principalement des véhicules automobiles neufs, ou des véhicules neufs et des véhicules usagés, pourvu que les ventes de voitures neuves représentent 20 p. 100 ou plus des ventes totales, indépendamment du nombre de véhicules vendus; qui n'ont pas de service d'automobiles en gros; et qui ne vendent pas de machines agricoles. Les marchands d'automobiles vendent souvent des tracteurs; aux fins du recensement, ceux-ci sont considérés comme machines agricoles. Les entreprises qui vendent des machines et des tracteurs entrent dans la catégorie "automobiles et machines agricoles".

**Automobiles avec divisions d'automobiles en gros.** — Commerces de détail comme les précédents, mais qui comprennent des services de vente d'automobiles en gros par l'entremise desquels certaines marques d'automobiles sont distribuées à des marchands des territoires avoisinants. L'entreprise de gros doit vendre au moins cinq véhicules ainsi que des pièces et accessoires; lorsque les pièces et accessoires seulement sont à la base du commerce de gros, l'entreprise n'est pas classée sous cette rubrique.

**Automobiles et machines agricoles.** — Commerces de détail où l'on vend principalement des véhicules automobiles ainsi que des machines agricoles, y

tractors. The sale of tractors only, in addition to motor vehicles, is sufficient to justify the use of this classification. Dealers having wholesale car departments and also selling farm implements are assigned to the preceding classification.

**Used car dealers.**—Retail businesses selling mainly used motor vehicles and which are independent enterprises having no proprietary connection with a new car agency. The business transacted by used car lots operated in conjunction with a new car agency is included in the report of the new car establishment. The occasional new model, however, may be sold by used car dealers.

**Accessories, tire and battery shops.**—Retail stores selling mainly a combination of automotive accessories, tires, batteries, radios and automotive parts and occasionally gas and oil. The sale of gas and oil should not be more than 33% of the total trade. Such establishments may also include service and repairs, but receipts from these should not constitute more than 25% of the total trade.

**Second-hand parts and accessory shops.**—Retail businesses specializing in the sale of second-hand parts and accessories.

**Service stations.**—Retail businesses selling mainly gas, oil, parts and accessories, tires and tubes and also performing service and repairs. The sale of gas and oil must, however, constitute at least 50% of the total trade. This classification includes the combination of restaurant or snack bar, or cabins with service station where the service station is the major activity.

**Garages.**—Businesses engaged in repairing motor vehicles. This includes garages where parts, accessories and tires are sold as well as gas and oil. Repair receipts must be a minimum of 25% and no one activity of selling can predominate. If gas and oil, or parts and accessories exceed 50%, the business is classified to that trade. This classification also includes repair shops where no merchandise is sold separately from the repair work.

**Paint and body shops.**—Retail shops mainly engaged in repairs to auto bodies, or in painting and refinishing automobiles. Also included may be repairs to radiators, tops, springs; accessories, parts and gas and oil may be sold, but body repairs must constitute at least 50% of receipts.

compris des tracteurs. La vente de tracteurs seulement en plus des véhicules automobiles suffit à déterminer l'emploi de cette catégorie. Les marchands qui possèdent un service de vente d'automobiles en gros et qui vendent aussi des machines agricoles appartiennent à la catégorie précédente.

**Automobiles d'occasion.**—Commerces de détail où sont vendus principalement des véhicules automobiles d'occasion et qui sont des entreprises indépendantes n'ayant aucun rapport avec une agence de voitures neuves. Le commerce des exploitants de parcs d'automobiles d'occasion qui opèrent conjointement avec une agence de voitures neuves figure au rapport des entreprises d'automobiles neuves. Les marchands d'automobiles d'occasion peuvent toutefois vendre de temps à autre une voiture neuve.

**Accessoires, pneus et batteries d'accumulateurs.**—Magasins de détail qui vendent principalement des accessoires d'automobiles, pneus, batteries d'accumulateurs, radios et pièces d'automobiles et parfois de l'essence et de l'huile. Les ventes d'essence et d'huile ne doivent pas dépasser 33 p. 100 du commerce total. Ces commerces peuvent aussi assurer le service d'entretien et de réparations, mais les recettes provenant de ce service ne doivent pas constituer plus de 25 p. 100 du commerce global.

**Pièces et accessoires d'occasion.**—Commerces de détail qui se spécialisent dans la vente de pièces et accessoires d'occasion.

**Stations-services.**—Commerces de détail où se vendent principalement de l'essence, de l'huile, des pièces et accessoires, des pneus et chambres à air et où les services d'entretien et de réparations sont assurés. Les ventes d'essence et d'huile doivent toutefois constituer au moins 50 p. 100 du commerce total. Entrent aussi dans cette catégorie les restaurants munis de buffets et les cabines de tourisme possédant une station-service qui en constitue l'activité principale.

**Garages.**—Commerces qui s'occupent de la réparation des véhicules automobiles et dont font partie les garages qui vendent des pièces, des accessoires et pneus, en plus de l'essence et de l'huile. Les recettes provenant des réparations doivent constituer au moins 25 p. 100 du commerce et aucune activité de vente ne doit prédominer. Si les ventes d'essence et d'huile ou des pièces et accessoires dépassent 50 p. 100, le commerce entre dans la catégorie de ce commerce particulier. La présente catégorie comprend également les ateliers de réparation où aucune marchandise n'est vendue en dehors des travaux de réparation.

**Peinture et réparation de carrosserie.**—Ateliers de détail qui s'occupent principalement de la réparation des carrosseries, du peinturage ou du refinissage des automobiles et aussi de la réparation des radiateurs, des capotes et des ressorts. Ils peuvent vendre des accessoires, des pièces, de l'essence et de l'huile, mais la réparation des carrosseries doit constituer au moins 50 p. 100 des recettes.

**Other specialty repair shops.**—Retail shops engaged in the repair of mufflers, radiators, ignition, etc. Parts and accessories, gas and oil may be sold, but the revenue from the major activity, i.e., mufflers, should be greater than 75% of total receipts.

**Car wash.**—Businesses primarily engaged in car wash, generally of the "minute" car wash type.

**Automotive business not elsewhere classified.**—Included here are unusual combinations of business which cannot be classified to any one individual trade description.

#### **Apparel and accessories group**

**Men's and boys' clothing and clothing and furnishings stores.**—Retail stores selling mainly men's and boys' ready-made clothing such as overcoats, top coats, suits and work clothing. As a subsidiary line, accessories and furnishings such as hats, shoes, underwear, shirts, gloves, hosiery, etc., may be carried. If the sale of accessories and furnishings exceeds 80% of the total trade, the establishment is classified as "Furnishings store".

**Men's and boys' furnishings stores.**—Retail stores specializing in the sale of men's and boys' accessories and furnishings such as underwear, neckwear, shirts, gloves, hosiery, etc. Clothing and footwear may be carried in quantities not exceeding 20% of the total trade. If in excess, the establishment is classified as a "Clothing and furnishings store".

**Men's and boys' hat stores.**—Retail stores specializing in the sale of men's and/or boys' hats or caps. Neckwear and other furnishings are sometimes carried.

**Women's ready-to-wear stores.**—Retail stores selling mainly women's ready-to-wear coats, suits and dresses, with or without women's accessories such as hosiery, lingerie, millinery, etc. Other lines such as children's clothing, piece goods, etc., may be carried in minor quantities.

**Lingerie and hosiery stores.**—Retail stores specializing in the sale of any or all of the following lines: women's corsets, girdles, negligés, slips, brassières, underwear, blouses, nightgowns, hosiery, etc. They may also sell such accessories as gloves, handbags, knitted goods, etc., in minor quantities.

**Ateliers de réparation spécialisée.**—Ateliers de détail qui s'occupent de la réparation des silencieux, des radiateurs et du dispositif d'allumage, etc. Ils peuvent vendre des pièces et accessoires, de l'essence et de l'huile, mais le revenu provenant de l'activité principale, soit la vente de silencieux, par exemple, doit dépasser 75 p. 100 des recettes totales.

**Lavage d'automobiles.**—Entreprises qui s'occupent principalement du lavage d'automobiles, en général du genre qui se fait "en un clin d'oeil".

**Commerces de l'automobile non classés ailleurs.**— Dans cette catégorie entrent certaines entreprises peu communes réunissant divers services et qui ne peuvent être classées dans une catégorie particulière de commerces.

#### **Groupe des vêtements et accessoires**

**Vêtements et vêtements et merceries (hommes et garçons).**—Magasins de détail qui vendent surtout des vêtements prêts à porter pour hommes et garçons, comme des paletots, des manteaux, des complets et des vêtements de travail. Ils peuvent, à titre secondaire, vendre des accessoires et de la mercerie comme des chapeaux, des chaussures, des sous-vêtements, des chemises, des gants, des bas, etc. Si les ventes d'accessoires et de mercerie dépassent 80 p. 100 du chiffre total des affaires, le commerce est classé comme "mercerie".

**Merceries pour hommes et garçons.**—Magasins de détail qui vendent spécialement des accessoires et de la mercerie pour hommes et garçons, comme des sous-vêtements, des cravates, des chemises, des gants, des bas, etc. Ils vendent peut-être aussi des vêtements et des chaussures, mais les ventes à ce chapitre ne doivent pas excéder 20 p. 100 du chiffre total des affaires; si la proportion est plus élevée, le commerce est classé comme magasin de "vêtements et mercerie".

**Chapeliers pour hommes et garçons.**—Magasins de détail vendant spécialement des chapeaux ou casquettes pour hommes et garçons. Ils vendent parfois des cravates et autres accessoires.

**Confection pour femmes.**—Magasins de détail qui vendent surtout des manteaux, robes et costumes prêts à porter pour femmes, avec ou sans accessoires comme des bas, de la lingerie, des chapeaux, etc. Ils peuvent vendre aussi en quantités restreintes d'autres articles comme des vêtements pour enfants, des marchandises à la pièce, etc.

**Bas et lingerie.**—Magasins de détail qui se spécialisent dans la vente de l'une ou de toutes les marchandises suivantes: corsets, gaines, negligés, jupons, soutiens-gorge, sous-vêtements, blouses, robes de nuit, bas, etc. Ils peuvent vendre aussi, en quantités restreintes, des accessoires comme des gants, des sacs à main, des tricotés, etc.

**Millinery stores.**—Retail establishments specializing in the sale of women's ready-made and/or custom-made hats, including hat frames and trimmings. They may include a limited amount of other accessories.

**Furriers and fur stores.**—Retail stores selling mainly ready-made and/or custom-made fur coats and other fur apparel.

Retail stores belonging to manufacturing furriers are included in this category, but only the selling activity of such businesses will be included in retail trade.

Repairing, remodelling and storing of furs and fur apparel may be included as part of the business of stores in this category, provided receipts from such sources are less than 50% of the total trade. If in excess, such stores will be classified in the service field.

**Accessories and other apparel stores.**—Retail stores selling mainly women's accessories such as gloves, handbags, costume jewellery, etc., and other miscellaneous apparel such as knitted goods, woollens, blouses, etc.

**Children's and infants' wear stores.**—Retail stores specializing in the sale of children's and/or infants' clothing, furnishings and accessories. The sale of these lines should constitute at least 50% of the total trade.

**Family clothing and furnishings stores.**—Retail stores selling mainly men's, women's, children's and infants' clothing and furnishings, the sales from which should form at least 50% of the total trade. Other items may include piece goods, notions, house furnishings, footwear, etc. Children's and infants' clothing are not a necessary criterion for this classification.

**Men's shoe stores.**—Retail stores selling mainly men's and boys' footwear and frequently carrying hosiery and other accessories and luggage and polishes.

**Women's shoe stores.**—Retail stores selling mainly women's and misses' footwear and frequently carrying hosiery, gloves, handbags and other accessories.

**Children's and infants' shoe stores.**—Retail establishments selling mainly children's and infants' footwear and frequently carrying hosiery and other children's accessories.

**Family shoe stores.**—Retail establishments selling mainly a combination of men's and boys', women's and misses' and children's footwear and frequently carrying hosiery, gloves, handbags, other accessories, luggage and other leather goods.

**Modistes de chapeaux.**—Magasins de détail vendant surtout des chapeaux pour femmes, prêts à porter ou faits sur mesure, y compris des formes et des garnitures de chapeaux. Ils peuvent vendre aussi en quantités limitées d'autres accessoires.

**Fourreurs et magasins de fourrures.**—Magasins de détail vendant surtout des manteaux et autres vêtements de fourrure prêts à porter ou faits sur mesure.

Les magasins de détail appartenant aux manufacturiers (fourreurs) tombent dans cette catégorie, mais seule l'activité marchande de ces entreprises sera comprise dans le commerce de détail.

La réparation, la modification et l'entreposage des fourrures et des vêtements de fourrure font parfois partie de l'activité des magasins de cette catégorie, mais les recettes provenant de ces sources doivent être inférieures à 50 p. 100 du total des affaires. Si cette proportion est supérieure à 50 p. 100, ces magasins entrent dans la catégorie "services".

**Accessoires et autres vêtements.**—Magasins de détail vendant surtout des accessoires pour femmes comme des gants, des sacs à main, des bijoux de garniture, etc., et d'autres vêtements divers comme des tricotés, des lainages, des blouses, etc.

**Vêtements pour enfants et bébés.**—Magasins de détail vendant spécialement des vêtements, de la mercerie et des accessoires pour enfants et bébés. La vente de ces marchandises doit représenter au moins 50 p. 100 du chiffre total des affaires.

**Vêtements et mercerie pour la famille.**—Magasins de détail vendant surtout des vêtements et de la mercerie pour hommes, femmes, enfants et bébés et dont les ventes représentent au moins 50 p. 100 du chiffre total des affaires. Ils peuvent aussi vendre des marchandises à la pièce, des articles de maison, des chaussures, de la menue mercerie, etc. Les vêtements pour enfants et bébés ne constituent pas nécessairement un critère pour déterminer cette catégorie.

**Chaussures pour hommes.**—Magasins de détail où se vendent principalement des chaussures pour hommes et garçons et souvent des bas et chaussettes et autres accessoires, ainsi que des valises et du cirage.

**Chaussures pour femmes.**—Magasins de détail où se vendent principalement des chaussures pour femmes et filles et souvent des bas, des gants, des sacs à main et autres accessoires.

**Chaussures pour enfants et bébés.**—Magasins de détail où se vendent principalement des chaussures pour enfants et bébés et souvent des bas et chaussettes et autres accessoires pour enfants.

**Chaussures pour la famille.**—Magasins de détail où se vendent principalement des chaussures pour hommes et garçons, pour femmes et filles et pour enfants et bébés et souvent des bas et chaussettes, des gants, des sacs à main, d'autres accessoires, des valises et autres articles en cuir.

**Custom tailors.** — Retail stores selling for men and/or women mainly suits and similar clothing (excluding fur apparel) made-to-measure on the premises to individual order.

Made-to-measure clothing should constitute at least 50% of the total trade. Selling ready-made clothing and cleaning, pressing, altering or repairing clothing may also be carried out by such stores, but should not exceed 50% of the total trade.

**Second-hand clothing.** — Stores selling a general line of second-hand clothing, at least to the extent of 50% of total trade.

**Piece goods stores.** — Retail establishments selling mainly piece goods and other textile material intended for making into apparel. Included here are "mill-end" stores of textile plants. If fabric for draperies and curtains exceeds 50%, the store is classed under the home furnishings group.

**Miscellaneous apparel and accessories stores.** — Retail stores selling mainly lines of apparel and accessories not specifically defined elsewhere such as bathing suits, playsuits and other beachwear, riding apparel and other sportswear, raincoats and umbrellas, etc.

#### **Hardware and home furnishings group**

**Hardware stores.** — Retail stores selling mainly typical hardware lines such as builders' hardware or shelf hardware, carpenters' and mechanics' tools, etc. Other items usually include paints and varnishes in appreciable quantities and household appliances, electrical appliances, farm tools, kitchenware, radios and sporting goods.

**Hardware and farm implement stores.** — Retail stores same as above, but including sale (50% or under) of farm implements. If farm machinery is over 50%, the store is classed as farm implement dealer under wholesale trade.

**Paint, glass and wallpaper stores.** — Retail stores selling mainly paint, glass and wallpaper and related lines such as polishes, floor waxes and occasionally mirrors and picture frames. To be classed here, the major part of the sales of the store must be to household users, rather than to industrial or commercial users. If the latter, the business is classified as wholesale.

**Furniture and undertaker stores.** — Retail stores selling mainly furniture and home furnishings, but also carrying on a funeral director's business as a subsidiary line. Funeral caskets and undertakers' supplies may also be included in the retail sales.

**Tailleurs sur mesure.** — Magasins de détail où se vendent principalement pour hommes et pour femmes des complets et ensembles ou vêtements analogues (sauf les articles en fourrure) confectionnés sur mesure sur place et sur commande particulière.

Les vêtements faits sur mesure doivent constituer au moins 50 p. 100 du commerce total. On peut également dans ces magasins vendre des vêtements de confection et nettoyer, repasser, retoucher ou raccommoder des vêtements, mais ces opérations ne doivent pas dépasser 50 p. 100 du commerce total.

**Vêtements d'occasion.** — Magasins où se vendent en général des vêtements de seconde main et dont les ventes sous ce rapport constituent au moins 50 p. 100 du chiffre total des affaires.

**Marchandises à la pièce.** — Magasins de détail où se vendent principalement des marchandises à la pièce et autres tissus devant servir à la confection de vêtements. Entrent dans la présente catégorie les magasins de vente au détail des produits des fabriques de textiles. Si les ventes de tissus pour les draperies et rideaux dépassent 50 p. 100, le magasin tombe dans la catégorie des "fournitures de maison".

**Vêtements divers et accessoires.** — Magasins de détail où se vendent principalement des genres de vêtements et d'accessoires non définis ailleurs tels que maillots de bain, costumes de jeu et autres vêtements de plage, costumes d'équitation et autres vêtements de sport, imperméables et parapluies, etc.

#### **Groupe de quincailleries et fournitures de maison**

**Quincailleries.** — Magasins de détail où se vendent principalement des articles du type quincaillerie tels que serrurerie de bâtiment ou ferronnerie, outils pour menuisiers et mécaniciens, etc. Au nombre des autres articles, on compte la peinture et les vernis en quantité appréciable et les appareils ménagers, les appareils électriques, les outils agricoles, la batterie de cuisine, les radios et articles de sport.

**Quincailleries et instruments agricoles.** — Mêmes magasins de détail que les précédents mais où l'on vend (pour 50 p. 100 ou moins) aussi des instruments agricoles. Si les ventes de ces instruments dépassent 50 p. 100, le magasin est classé comme magasin d'outillage agricole sous la rubrique "commerce de gros".

**Peinture, vitre et papier-tenture.** — Magasins de détail où se vendent principalement de la peinture, de la vitre ou du papier-tenture et des articles connexes tels que vernis, cire à parquet et parfois des miroirs et des cadres. Pour entrer dans la présente catégorie, ces magasins doivent vendre leurs marchandises en majeure partie aux usagers particuliers plutôt qu'aux usagers de l'industrie ou du commerce. Au cas contraire, l'entreprise est classée comme commerce de gros.

**Meubles et pompes funèbres.** — Magasins de détail vendant surtout des meubles et fournitures de maison mais assumant aussi un service de pompes funèbres, à titre de commerce secondaire. Ce dernier peut comprendre la vente des cercueils et des appareils de pompes funèbres.



The funeral directing business should not exceed 50% of the total trade of such stores. If more than 50%, the store should be classified in the service field under the classification of "Undertaker and furniture".

**Furniture stores.**—Retail stores selling mainly household furniture. Other items may include home furnishings such as mattresses, floor coverings, curtains and draperies, household appliances and other electrical appliances, china and glassware and pictures and ornaments, but furniture should constitute at least 67% of the total trade.

**Household appliance stores.**—Retail stores selling mainly household appliances, either gas or electric. The following are some of the principal household appliances: refrigerators, stoves, washing machines, sewing machines, vacuum cleaners, mix-masters, electric irons, percolators, toasters, hot plates, etc. Other items may include furniture and home furnishings, radios and television sets, but household appliances should constitute at least 67% of the total trade.

Stores specializing in the sale of portable household appliances such as toasters, electric irons, etc., and electrical supplies are not included in this classification, but are under electric supplies.

**Television sales and service shops.**—Retail stores primarily engaged in television sales and service, but may include sales and service of radios, tape recorders, record players and other like electronic equipment. The receipts from the sales of television sets must be at least 51% of total revenue.

**Furniture, television, radio and appliance stores.**—Retail stores selling a combination of two or more of the lines of furniture and home furnishings; household appliances; and radios and television sets, including pianos and musical instruments, but no one line should constitute 67% of the total trade.

**Television, radio, piano and music stores.**—Retail stores selling mainly radios and television sets and/or pianos and organs, together with other musical instruments, victrolas, records, sheet music and musical supplies and accessories, but in which radios and television sets do not constitute 67% of the total trade.

**Note:** Radios and television sets and/or pianos and organs form the essential aspect of this classification. If there are no radios and television sets or pianos or organs, such stores would not fall within the furniture group. They would be musical instrument stores and would come under the group of "Other retail stores".

**TV and radio repair shops.**—Retail shops mainly engaged in the repair and service of television and radio sets. There may also be

Le service de pompes funèbres ne doit pas dépasser plus de 50 p. 100 du commerce total des magasins. Autrement dit, il tombe dans les "services" sous la rubrique "pompes funèbres et meubles".

**Meubles.**—Magasins de détail vendant surtout des meubles de ménage. Ils peuvent également vendre des fournitures de maison (comme matelas, tapis, rideaux et draperies), des articles de ménage, des appareils électriques, de la porcelaine et de la verrerie, des tableaux et ornements. Toutefois, la vente de meubles doit constituer au moins 67 p. 100 du commerce total.

**Appareils de maison.**—Magasins de détail vendant surtout des appareils ménagers au gaz ou à l'électricité. Voici quelques-uns des principaux articles: réfrigérateurs, cuisinières, lessiveuses, machines à coudre, aspirateurs, malaxeurs, fers à repasser, percolateurs, grille-pain, plaques chauffantes, etc. On peut y ajouter les meubles et fournitures de maison, les appareils de radio et de télévision, mais la vente des appareils de maison doit constituer au moins 67 p. 100 du commerce total.

Cette catégorie ne comprend pas les magasins se spécialisant dans la vente d'articles de ménage portatifs (tels que grille-pain, fers à repasser électriques, etc.) et des appareils électriques. Ces derniers magasins paraissent à la rubrique "appareils électriques".

**Appareils et services de télévision.**—Magasins de détail qui s'occupent principalement de la vente et de l'entretien des appareils de télévision. Ils peuvent aussi vendre et faire l'entretien des appareils de radio, des magnétophones, de tourne-disques et d'autres appareils électroniques. Les recettes provenant des ventes d'appareils de télévision doivent constituer au moins 51 p. 100 du revenu total.

**Meubles, téléviseurs, radios et accessoires.**—Magasins de détail vendant à la fois deux des articles suivants ou plus: meubles et fournitures de maison, articles de ménage, appareils de radio et de télévision, pianos et instruments de musique. Toutefois, la vente d'aucun de ces articles ne doit constituer plus de 67 p. 100 du commerce total.

**Téléviseurs, radios, pianos et musique.**—Magasins de détail vendant surtout des appareils de radio et de télévision ou des pianos et des orgues, de même que d'autres instruments de musique, des phonographes, des disques, de la musique en feuilles et les équipements et accessoires de musique. Néanmoins, la vente d'appareils de radio et de télévision ne doit pas dépasser 67 p. 100 du commerce total.

**Nota:** La vente de radios, de téléviseurs ou de pianos et d'orgues caractérise la présente catégorie. Sans ce commerce, les magasins n'entrent pas dans le groupe des "meubles", mais, constituant des magasins d'instruments de musique, ils paraissent à la rubrique "autres magasins de détail".

**Réparation d'appareils de télévision et de radio.**—Boutiques de détail qui s'occupent principalement de la réparation et de l'entretien d'appareils de télévision

repairs and service to record players and tape recorders. Sales and rentals of these commodity lines are often included, but the repair and service receipts should constitute at least 51% of total receipts.

**Household appliance repair shops.**—Retail shops engaged in the repair and service of household appliances such as washing machines, refrigerators, vacuum cleaners. There may also be repairs of electrical equipment such as radios, television sets, record players, but this should not constitute more than 33% of total receipts.

**Electrical supply stores.**—Retail stores selling mainly electrical lighting fixtures, lamps and shades, electrical wiring material, incandescent lamps and portable electrical household appliances.

**Note:** These stores frequently operate a contract business in combination with the retail counter trade. Only the retail part of the business, however, is included in this classification. If heavy household appliances such as refrigerators, etc., are included and exceed 50% of the total retail trade, such stores should be classified as "Household appliance stores".

**China, glassware and kitchenware stores.**—Retail stores selling mainly any of the following items: china, glassware, crockery, cutlery and kitchenware. Other items may include brassware, woodenware and silverware.

**Floor coverings, curtains, upholstery and interior decoration stores.**—Retail stores selling mainly, either singly or in combination, any of the following lines: floor coverings such as rugs, carpets, linoleums and other related lines; curtains and draperies; upholstery, mattresses and cushions; brasswork, blinds, etc.

**Note:** Retail stores mainly engaged in upholstering or repairing furniture are not to be included.

**Linen stores.**—Retail stores selling mainly household linens such as pillowcases, sheets, tablecloths, bedspreads, handkerchiefs, etc.

**Picture and picture framing stores.**—Retail stores selling mainly pictures, picture frames and artists' supplies and including stores which are engaged solely in picture framing.

**Note:** Art galleries which deal solely in original paintings are not included in this classification. They come under the miscellaneous group of "Other retail stores".

**Antique shops.**—Retail stores selling mainly antiques.

et de radio, service qui peut s'étendre aux tourne-disques et aux magnétophones. Ils peuvent aussi vendre et louer ces appareils, mais les recettes provenant des réparations et de l'entretien doivent constituer au moins 51 p.100 du chiffre total des affaires.

**Réparation des appareils de maison.**—Boutiques de détail qui s'occupent de la réparation et de l'entretien des articles de ménage tels que les lessiveuses, les réfrigérateurs et les aspirateurs. Ce service peut s'étendre aussi aux appareils électriques tels que les radios, les téléviseurs, les tourne-disques; toutefois, les recettes totales à cet égard ne doivent pas dépasser 33 p.100 du chiffre total des affaires.

**Appareils électriques.**—Magasins de détail où se vendent principalement des appareils d'éclairage électrique, des lampes et abat-jour, du matériel d'installation électrique, des lampes à incandescence et des accessoires électriques portatifs pour les habitations.

**Nota:** Les propriétaires de ces magasins font souvent du travail à l'entreprise en plus d'exploiter leur commerce de détail. Seul le commerce de détail figure cependant dans cette catégorie. Lorsque les ventes comprennent de lourds appareils ménagers comme les réfrigérateurs, etc., et dépassent 50 p. 100 du commerce global de détail, ces magasins sont classés sous "articles de ménage".

**Porcelaine, verrerie et ustensiles de cuisine.**—Magasins de détail vendant principalement un des articles suivants: porcelaine, verrerie, poterie, coutellerie et ustensiles de cuisine. On peut y vendre également de la dinanderie, des ustensiles de bois et de l'argenterie.

**Tapis et prélatrs, rideaux, rembourrage et décoration intérieure.**—Magasins de détail vendant principalement un ou plusieurs des articles suivants: couvertures de plancher (tapis, carpettes, linoléums et autres couvertures), rideaux et draperies, rembourrage, matelas et coussins, cuivreries, stores, etc.

**Nota:** À exclure de cette catégorie les magasins de détail qui s'occupent principalement du rembourrage et de la réparation des meubles.

**Toileries.**—Magasins de détail vendant surtout des toiles de ménage telles que taies d'oreillers, draps de lit, nappes, couvertures de lit, mouchoirs, etc.

**Tableaux et cadres.**—Magasins de détail où se vendent principalement des tableaux, des cadres et des fournitures pour artistes, et magasins qui ne font que l'encadrement des tableaux.

**Nota:** Les galeries d'art dont le commerce se limite aux peintures originales ne figurent pas dans cette catégorie, mais au groupe des "autres magasins de détail".

**Boutiques d'antiquaire.**—Magasins de détail vendant principalement des antiquités.

**Second-hand furniture shops.**—Retail stores selling mainly second-hand furniture.

**Miscellaneous home furnishings stores.**—Retail stores selling mainly merchandise which comes under the broad description of home furnishings, but does not fit into any of the individual classifications given above. Items generally included for sale are awnings, flags, banners, window shades and tents, venetian blinds, brushes and brooms, lamp shades, plastic shops, etc. Some of these stores may be retail outlets of manufacturers, such as those selling awnings, tents, etc.

#### Other retail stores group

**Drug stores, without restaurant.**—Retail stores selling mainly prescription drugs, patent medicines, drug sundries, cosmetics and toilet articles and preparations, tobacco, books and magazines and other novelties. Soft drinks and ice cream may be handled from a box cooler, but a soda fountain does not form part of the establishment.

**Drug stores, with restaurant.**—Retail stores same as above, but including a restaurant or lunch counter.

**Patent medicine and perfume stores and proprietary stores.**—Retail stores selling mainly proprietary brands of patent medicines, perfumes, extracts, etc., such as Dr. Thuna Balsam Remedies. Stores in this classification do not sell prescribed medicines.

**Fuel dealers (other than oil).**—Retail dealers selling mainly coal, firewood, bottled gas or other fuels (except oil). Lumber and building materials and ice often form additional lines. Businesses selling these additional lines are classified as coal and wood yards, providing the sale of fuel amounts to at least 50%.

**Fuel oil dealers.**—Retail dealers selling mainly oil for household consumption. Coal, wood, bottled gas and ice may also be sold in minor quantities. This classification includes truck consignee agents.

**Ice dealers.**—Retail businesses selling mainly ice. Dealers engaged in manufacturing ice are not included here. Dealers selling coal and ice or wood and ice are classified according to the major commodity sold.

**Florists.**—Retail stores selling mainly cut flowers, wreaths and plants. Seeds, bulbs and nursery stock may be carried in addition, but should

**Meubles d'occasion.**—Magasins de détail où se vendent principalement des meubles d'occasion.

**Fournitures de maison en général.**—Magasins de détail où se vendent principalement les articles qui sont désignés en général comme fournitures de maison mais qui n'entrent dans aucune des catégories indiquées antérieurement. Au nombre des articles, on compte les auvents, drapeaux, banderoles, stores et tentes, stores vénitiens, brosses et balais, abat-jour, articles en plastique, etc. Certains de ces magasins peuvent être des débouchés de détail des manufacturiers, comme ceux qui vendent des auvents, des tentes, etc.

#### Groupe des autres magasins de détail

**Pharmacies (sans restaurant).**—Magasins de détail où se vendent principalement des produits pharmaceutiques sur ordonnance, des médicaments brevetés, divers produits pharmaceutiques, des cosmétiques et des articles et préparations de toilette, du tabac, des livres et revues et autres nouveautés. Ils peuvent être pourvus de rafraîchisseurs pour eaux gazeuses et de congélateurs pour crème glacée, mais n'ont pas de comptoir de rafraîchissements proprement dit.

**Pharmacies (avec restaurant).**—Les mêmes que les précédents mais pourvus d'un restaurant ou d'un snackbar.

**Médicaments brevetés et parfums et magasins de spécialités.**—Magasins de détail où se vendent principalement des marques spéciales de médicaments brevetés, des parfums, des extraits, etc., tels que les remèdes Balsam du docteur Thuna. Les magasins de la présente catégorie ne vendent pas des médicaments sur ordonnance.

**Combustibles (autres que l'huile).**—Marchands en détail qui vendent principalement du charbon, du bois de chauffage, du gaz en bouteille ou d'autres combustibles (sauf l'huile). Ils vendent aussi parfois du bois d'oeuvre, des matériaux de construction et de la glace. Les entreprises où se vendent ces derniers produits sont classées sous "charbon et bois de chauffage" lorsque les ventes de combustible atteignent au moins 50 p. 100.

**Huile de chauffage.**—Marchands en détail qui vendent principalement de l'huile pour la consommation ménagère. Ils peuvent vendre également en quantité moins considérable du charbon, du bois, du gaz en bouteille et de la glace. Entrent également dans la présente catégorie les agents consignataires de camionnage.

**Glace.**—Entreprises de détail où se vend principalement de la glace. Les marchands qui fabriquent la glace ne figurent pas ici. Ceux qui vendent du charbon et de la glace ou du bois et de la glace sont classés selon le produit principal vendu.

**Fleuristes.**—Magasins de détail où se vendent principalement des fleurs coupées, des couronnes et des plantes. Il peut s'y vendre en outre des graines

not exceed 50% of the total trade. Nurseries and greenhouses are not included in the Census of Merchandising.

**Luggage and leather goods stores.**—Retail stores selling mainly trunks, hand luggage, ladies' handbags, billfolds and other leather goods. Umbrellas, toilet articles, gifts and novelties are often carried in addition.

**Tobacco stores and stands.**—Retail stores selling mainly tobacco, cigars and cigarettes and smokers' sundries, or a combination of these items, with newspapers and magazines. Sales of tobacco items should, however, be more than 50% of the total trade. In the case of other lines being carried such as novelties, confectionery, etc., the sale of tobacco items together with newspapers and magazines should constitute more than 50% of the total trade and, further, the sales of tobacco items should exceed those of newspapers and magazines.

**Newsdealers.**—Retail stores selling mainly newspapers and magazines, cigars, cigarettes and tobacco and stationery and novelties, with newspapers and magazines constituting the major proportion of the total trade. Magazine subscription agencies are included here also.

**Book and stationery stores.**—Retail stores selling mainly books, stationery, greeting cards and school supplies. Newspapers, magazines and tobacco and cigarettes and gifts may be sold in this kind of store, but only as subsidiary lines. Stores dealing in Bibles and religious books are classified here.

**Artists' supply stores.**—Retail stores selling mainly paints, brushes, canvases and other artists' supplies. These stores often include some picture framing, but they should not be confused with picture dealers whose principal line is pictures and picture framing.

**Camera and photographic supply stores.**—Retail stores selling mainly cameras and photographic supplies. As additional lines, photo-finishing and picture framing may be carried on and less frequently the sale of greeting cards. Photographic studios are sometimes carried on as a subsidiary operation.

**Music stores.**—Retail stores selling mainly musical instruments other than large radios, pianos or organs. Record players, records and sheet music may be sold. If pianos, organs or radios are sold, such stores are classified in the Furniture group.

**Gift, novelty and souvenir shops.**—Retail stores selling mainly gifts, novelties, souvenirs, notions, china and pottery, embroidered linens,

de semence, des bulbes et des produits de pépinière, mais ces ventes ne doivent pas dépasser 50 p. 100 du commerce total. Les pépinières et les serres ne figurent pas au recensement du commerce.

**Valises et articles en cuir.**—Magasins de détail où se vendent principalement des malles, des valises, des sacs à main pour femmes, des portefeuilles et autres articles en cuir. Il s'y vend aussi parfois des parapluies, des articles de toilette et des nouveautés.

**Tabac, magasins et comptoirs.**—Magasins de détail où se vendent principalement du tabac, des cigares et des cigarettes et divers articles pour fumeurs, ou des journaux et revues en plus de tous ces articles. Les ventes de produits du tabac doivent toutefois dépasser 50 p. 100 du commerce total. Dans le cas où il se vend d'autres articles tels que nouveautés, confiserie, etc., les ventes de produits du tabac et de journaux et revues doivent constituer plus de 50 p. 100 du commerce total et, de plus, les ventes de produits du tabac doivent dépasser celles des journaux et revues.

**Journaux.**—Magasins de détail où se vendent principalement des journaux et revues, des cigares, des cigarettes et du tabac et de la papeterie et des nouveautés, mais dans lesquels les journaux et revues constituent la plus forte proportion du commerce total. Les agences où l'on perçoit les abonnements aux revues sont comprises ici.

**Librairies et papeteries.**—Magasins de détail où se vendent principalement des livres, de la papeterie, des cartes de souhaits et des fournitures scolaires. Il peut s'y vendre également des journaux, des revues, du tabac et des cigarettes ainsi que des cadeaux, mais seulement comme articles secondaires. Les magasins où l'on vend des bibles et des livres religieux sont inclus ici.

**Fournitures pour artistes.**—Magasins de détail vendant surtout de la peinture, des pinceaux, des toiles et autres fournitures pour artistes. Ces magasins ayant souvent en vente certains cadres à tableaux, il ne faut pas, pour cela, les confondre avec les magasins de tableaux qui vendent surtout des tableaux et des cadres.

**Appareils et fournitures photographiques.**—Magasins de détail vendant surtout des appareils et fournitures photographiques. En second lieu, ils développent habituellement les photos et vendent des cadres à tableaux. Il leur arrive, mais plus rarement, de vendre des cartes de souhaits. Parfois, aussi, leur commerce secondaire comprend des ateliers de pose.

**Magasins de musique.**—Magasins de détail vendant surtout des instruments de musique autres que les gros appareils de radio, les pianos et les orgues. Ils peuvent vendre des phonographes, des disques et de la musique en feuilles. Si la vente des pianos, des orgues ou des appareils de radio entre dans le commerce de ces magasins, ceux-ci font partie du groupe des "meubles".

**Cadeaux, nouveautés et souvenirs.**—Magasins de détail vendant surtout des cadeaux, nouveautés, souvenirs, menuiserie, porcelaine et poterie,

pictures, silverware, jewellery, leather goods, lamps and shades, candy, greeting cards, books, stationery and school supplies and toys.

**Jewellery stores.**—Retail stores selling mainly jewellery, silverware, clocks and watches. Additional lines carried are optical goods, leather goods, gifts and novelties. Receipts from repairs also constitute an important source of revenue, but should not exceed 50% of the total trade.

**Jewellery repair shops.**—Retail businesses mainly engaged in the repair and service of watches and jewellery. Also included may be repairs to optical instruments, but the receipts from repairs and service to watches and jewellery must constitute at least 50% of total receipts.

**Sporting goods stores.**—Retail stores selling mainly a general or special line of sporting goods and equipment such as required for gymnasium or playground, or for hunting, fishing, riding, skiing and for various games like golf, tennis, baseball, etc. Toys and indoor games and sports clothing are additional lines. Repairs, not exceeding 50% of the total trade, may also be undertaken.

**Bicycle shops.**—Retail businesses selling mainly bicycles and bicycle parts and accessories. Other lines may include baby carriages and children's toy vehicles and some sporting goods. Repair work, not exceeding 50% of the total trade, may also be undertaken.

**Boats, outboard motors, boating accessories.**—Retail businesses selling mainly boats, motor boats, outboard motors, yachts and marine accessories. The sale of gasoline and oil is included and repair work may also be performed.

**Motorcycle dealers.**—Retail stores selling mainly motorcycles and motorcycle supplies. New and used motorcycles may be carried and repair work performed. Also some bicycles may be carried and repair work performed. Stores selling bicycles only are classified separately under "Bicycle shops".

**Pet shops.**—Selling mainly pet animals and pet foods and supplies.

**Monument and tombstone dealers.**—Selling mainly prepared monuments and tombstones and undertaking inscription work.

**Religious goods dealers.**—Selling mainly sacred ornaments, vestments, altar linens, holy pictures, etc.

broderie, tableaux, argenterie et bijouterie, articles de cuir, lampes et abat-jour, bonbons, cartes de souhaits, livres, papeterie, fournitures d'école et jouets.

**Bijouteries.**—Magasins de détail vendant surtout de la bijouterie, de l'argenterie, des horloges et des montres. Ils vendent également, comme articles secondaires, des instruments d'optique et de cuir, des cadeaux et nouveautés. Les recettes provenant de la réparation constituent également une rubrique importante de revenus mais ne doivent pas dépasser 50 p. 100 des recettes totales.

**Réparation de bijoux.**—Commerces de détail qui s'occupent principalement de la réparation et de l'entretien des montres et des bijoux; ce service peut s'étendre à la réparation d'instruments d'optique, mais les recettes provenant de la réparation et de l'entretien des montres et des bijoux doivent constituer au moins 50 p. 100 du chiffre total des affaires.

**Articles de sport.**—Magasins de détail vendant surtout des articles et de l'équipement de sport en général ou des spécialités, tels que: articles pour gymnase ou terrain de jeux; articles de chasse, de pêche, d'équitation et de ski; articles pour divers jeux comme golf, tennis, baseball, etc. La vente des jouets et des vêtements de sport ainsi que des jeux d'intérieur constitue un commerce secondaire. Ces magasins peuvent aussi faire des ouvrages de réparation qui ne doivent pas dépasser 50 p. 100 du commerce total.

**Bicyclettes.**—Magasins de détail vendant surtout des bicyclettes et des pièces et accessoires de bicyclettes. Ils vendent, en second lieu, des voitures de bébés, des véhicules-jouets pour enfants et certains articles de sport. Ces magasins peuvent faire du travail de réparation pourvu que ce dernier ne dépasse pas 50 p. 100 du commerce total.

**Bateaux, moteurs hors-bord et accessoires de bateaux.**—Magasins de détail vendant surtout des canots, canots à moteur, moteurs hors-bord, yachts et accessoires de navigation. Ils vendent aussi de l'essence et de l'huile et peuvent faire des travaux de réparation.

**Motocyclettes.**—Magasins de détail vendant surtout des motocyclettes et des fournitures de motocyclettes; ils peuvent vendre soit des motocyclettes neuves soit des motocyclettes d'occasion et faire des travaux de réparation. Ils peuvent aussi vendre des bicyclettes et en faire la réparation. Les magasins ne vendant que des bicyclettes sont classés séparément sous "bicyclettes".

**Magasins d'animaux d'agrément.**—Magasins vendant surtout des animaux d'agrément ainsi que de la nourriture et des accessoires pour ces animaux.

**Vendeurs de monuments et de pierres tombales.**—Ils vendent surtout des monuments et des pierres tombales et font de la gravure d'inscriptions.

**Marchands d'objets de piété.**—Ils vendent surtout des ornements et vêtements sacrés, des nappes d'autel, des images pieuses, etc.

**Opticians.**—Retail businesses selling mainly eye-glasses, lenses, frames and other optical goods. Such businesses often carry opera glasses, binoculars, cameras and photographic supplies. Professional optometrists in private practice have been excluded from the Census of Merchandising and Service Establishments.

**Health appliance stores.**—Retail stores selling mainly health appliances such as hearing aids, trusses, orthopedic appliances, artificial limbs, crutches and other scientific or medical appliances.

**Government liquor stores.**—Retail stores maintained by provincial governments and selling exclusively alcoholic beverages such as ale, beer, wine and spirits for consumption off the premises.

**Brewers' retail stores.**—Retail stores maintained by brewery companies chiefly in the province of Ontario for the sale of their ale and beer products for consumption off the premises. The retail business operated from brewers' warehouses is included in this classification. This classification includes brewery vendors or agents in certain provinces.

**Wine stores.**—Retail stores chiefly maintained by manufacturing wineries for the sale of wine products for consumption off the premises.

**Hobby shops.**—Retail shops selling hobby items, mainly hobby kits for models of various kinds, but also including games, toys, number painting kits, etc.

**Toy shops.**—Retail stores specializing in toys, games, small wheel goods, etc.

**Record bars.**—Retail stores selling mainly (over 50%) records. Other musical items or accessories may be handled, but not in excess of 50%.

**Bicycle repair shops.**—Shops in which the principal activity is bicycle repair, i.e., repairs must form over 50% of total receipts.

**Wool shops.**—Retail stores selling wool and knitting accessories. Knitted garments may be sold, but not exceeding 50%.

**Miscellaneous stores.**—All other retail stores not elsewhere classified. This includes art galleries, stamp and coin stores, mobile homes, embroidery and needlework stores, general second-hand stores (pawn shops), etc.

**Opticiens.**—Commerces de détail où se vendent principalement des verres, des lentilles, des montures de lunettes et autres articles d'optique. On y vend aussi parfois des jumelles de théâtre, des jumelles ordinaires, des appareils et fournitures photographiques. Les optométristes qui exercent leur profession ne figurent pas dans le recensement des entreprises de commerce et de service.

**Appareils sanitaires.**—Magasins de détail où se vendent principalement des appareils sanitaires tels que appareils pour l'ouïe, bandages herniaires, appareils orthopédiques, membres artificiels, béquilles et autres appareils scientifiques ou médicaux.

**Spiritueux, magasins du gouvernement.**—Soit les magasins de détail exploités par les gouvernements provinciaux et qui vendent exclusivement des boissons alcooliques comme la bière, le vin et les spiritueux à consommer ailleurs.

**Brasseries, magasins de détail.**—Magasins de détail exploités par les brasseries, surtout dans la province d'Ontario, pour la vente de leur propre produit, soit la bière à consommer ailleurs. Le commerce de détail fait aux entrepôts des brasseries est compris dans la présente catégorie, qui comprend aussi les vendeurs et agents des brasseries dans certaines provinces.

**Vins, débits.**—Soit les magasins de détail principalement exploités par les fabricants de vins pour la vente des vins à consommer ailleurs.

**Articles de divertissement.**—Magasins de détail où se vendent des articles de passe-temps, surtout des modèles de divers genres en pièces détachées, mais aussi des jeux, des jouets, des trousseaux à peinture, etc.

**Jouets.**—Magasins de détail qui se spécialisent dans la vente de jouets, de jeux, de joujoux à roulettes, etc.

**Disques.**—Magasins de détail vendant principalement des disques (plus de 50 p. 100). Ils peuvent vendre aussi d'autres instruments ou accessoires de musique, mais ces ventes ne doivent pas dépasser 50 p. 100.

**Réparation de bicyclettes.**—Commerces dont la principale activité est la réparation de bicyclettes, c'est-à-dire, où les travaux de réparation dépassent 50 p. 100 des recettes totales.

**Lainages.**—Magasins de détail vendant de la laine et des accessoires de tricotage. Ils peuvent vendre des vêtements tricotés, mais pareilles ventes ne peuvent dépasser 50 p. 100.

**Autres marchandises.**—Tous les autres magasins non classés ailleurs et qui comprennent les galeries d'art, les magasins de timbres et de pièces de monnaie, les maisons roulantes, les magasins de broderies et de travaux à l'aiguille, les magasins d'occasion généraux (bureaux de prêts sur gages), etc.

### 3. Copies of Basic Reporting Forms

Form	Page
<b>01 Retail General</b> .....	31
This questionnaire was mailed to all firms with 3 or more persons engaged.	
<b>13 Retail (short)</b> .....	39
This questionnaire was mailed to all firms with less than 3 persons engaged.	
<b>91 Retail commodity supplement</b> .....	43
This questionnaire was sent to all large retail firms, to all multiple-unit firms, as well as to a 20% random sample of the remaining firms with 3 or more persons engaged.	

Other specialized forms were designed for the food, clothing, durable goods, automotive, and drug stores, and were used to survey these specific trades. These forms differed from Form 01 as described above in the type of commodity detail asked.

### 3. Spécimen des formules de base

Formule	Page
<b>02 Commerce de détail en général</b> .....	35
Ce questionnaire a été expédié à tous les établissements comptant trois employés ou plus.	
<b>14 Commerce de détail (abrégée)</b> .....	41
Ce questionnaire a été adressé à toutes les entreprises comptant moins de trois employés.	
<b>92 Commerce de détail, par produit – Supplément</b> .....	47
Ce questionnaire a été adressé à tous les grands établissements de détail, à toutes les entreprises à succursales multiples, ainsi qu'à un échantillon aléatoire représentant 20 p. 100 des autres firmes qui comptaient au moins trois employés.	

D'autres formules spéciales ont été élaborées pour les commerces d'alimentation, de vêtements, de biens durables, d'automobiles et de produits pharmaceutiques, et elles ont servi à l'enquête sur certains commerces en particulier. Ces formules différaient de la Formule 02 mentionnée ci-dessus par le genre de précisions demandées au sujet des produits.





RETAIL FORM 01

CONFIDENTIAL CENSUS REPORT

Taken in conformity with  
the Statistics Act

DOMINION BUREAU OF STATISTICS

OTTAWA - CANADA

CENSUS OF MERCHANDISING AND  
SERVICE ESTABLISHMENTS - 1961

One copy should be returned  
to the DOMINION BUREAU OF  
STATISTICS, Ottawa, within  
three weeks of receipt

Instructions

1. This questionnaire should be completed for the calendar year 1961 or for your business year ending nearest to December 31, 1961.
2. If you did not operate for the full year, complete for that part of the year you were in business.
3. Firms which operated more than one establishment during 1961 must submit a separate report for each.
4. Do not report any information on concessions leased to others, except sections 9 and 13.
5. Omit cents on all dollar value entries; complete all entries, entering "nil" when the question does not apply.

1. DESCRIPTION OF BUSINESS

(a) Name and address of business establishment (Please revise if not correct.)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

0	1
---	---

FOR OFFICIAL USE  
(Please leave blank)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

CD

EA

(b) Form of organization

Individual  
proprietorship

☐ <sup>1</sup>

Partnership

☐ <sup>2</sup>

Incorporated  
company

☐ <sup>3</sup>

Incorporated  
co-operative  
association

☐ <sup>4</sup>

Unincorporated  
co-operative  
association

☐ <sup>5</sup>

Other ☐ <sup>6</sup>

(specify)

(c) Was this business a member of a sponsored  
or voluntary chain group in 1961?

yes

☐ <sup>1</sup>

no

☐ <sup>2</sup>

If "yes", state name and head office address of sponsor or supplier

(d) Was more than one place of business  
operated by this firm?

yes

☐

no

☐ <sup>1</sup>

If "yes", list the other addresses below. This report should cover  
only the establishment shown under section (a) above.

2

3

(e) If more than one place of business was operated in 1961, what was the head office address?

2. KIND OF BUSINESS

Describe your business as it is generally known to the public. Examples: grocery store, general store, appliance store, hardware store, men's clothing store, shoe store, furniture store, fuel dealer, service station, motor vehicle dealer, automotive repair shop, jewellery store, radio and T.V. repair shop, etc.

(a) Kind of business

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

8(a) (iii)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3. OPERATING PRACTICES AND CUSTOMER SERVICE

(Check appropriate blocks (a) to (c), answer (d) and (e).)

(a) Delivery services (own or contract)

Provided free

☐ <sup>1</sup>

Charge made

☐ <sup>2</sup>

No delivery

☐ <sup>3</sup>

(b) Mainly self-serve

yes

☐ <sup>1</sup>

no

☐ <sup>2</sup>

(c) Customer off-street parking:

Provided free

☐ <sup>1</sup>

Charge made

☐ <sup>2</sup>

None provided

☐ <sup>3</sup>

(d) How many days open for business in a typical week?  
(Count part of a day as one day.)

No. of days

(e) How many hours open for business in a typical week.

Summer

Winter

No. of hours

(a)

☐

(b)

☐
☐
☐

S.

☐

W.

☐

4. OCCUPANCY

Check (a), (b) or (c) below if your business premises were wholly rented or owned by you in 1961. If partly rented and partly owned, check (d) and also (a) or (c) if either one predominated.

(a) Rented by you  
(Not as a concession)

☐ <sup>1</sup>

(b) Rented as a concession  
in another establishment

☐ <sup>2</sup>

(c) Owned  
by you

☐ <sup>3</sup>

(d) Partly owned and  
partly rented

☐ <sup>4</sup>

Comb. ad-5  
cd-6





# 11. CLASSIFICATION OF SALES - Concluded

(b) Sales by class of commodity

	0	5	For official use only
(i) Men's and boys' clothing.....\$			
(ii) Women's clothing .....			
(iii) Girls' and children's clothing .....			
(iv) Footwear .....			
(v) Food products .....			
(vi) Furniture .....			
(vii) Household appliances .....			
(viii) Radios, record players, T.V. ....			
(ix) House Furnishings (draperies, floor coverings, bedding, etc.) .....			
(x) Household supplies (china, cleaning compounds, utensils, etc.) .....			
(xi) Hardware .....			
(xii) Paints, glass, wallpaper .....			
(xiii) Alcoholic beverages .....			
(xiv) Books, stationery, other paper goods .....			
(xv) Cameras, photographic supplies .....	0	6	
(xvi) Drugs, drug sundries, toilet preparations..			
(xvii) Dry goods, notions, smallwares .....			
(xviii) Farm and garden equipment and supplies			
(xix) Fuel, all kinds .....			
(xx) Jewellery, silverware, clocks .....			
(xxi) Luggage and leather goods .....			
(xxii) Motor vehicles, parts, tires, etc. ....			
(xxiii) Musical instruments, sheet music .....			
(xxiv) Sporting goods, bicycles, etc. ....			
(xxv) Tobacco products .....			
(xxvi) All other merchandise .....			
(xxvii) Meals and lunches .....			
(xxviii) Receipts from repairs and services .....			

271 - 273  
281 - 285  
290  
311 - 314  
101 - 172  
371 - 372  
373  
374 - 377  
382 - 385  
381  
361 - 362  
353  
191 - 193  
462  
464  
390 - 400  
331  
362, 454 - 456  
451 - 452  
467  
458  
221 - 250  
468  
262, 469  
460


(c) Sales by method of payment

(i) Cash and C.O.D. sales - Exclude down payments and trade-in allowances on credit sales which are to be included in (ii) below; exclude also cash received on account or monies paid to you by other credit card or sales finance companies to whom you transferred accounts .....

\$

--	--	--	--	--	--	--	--

(ii) Credit sales - All sales other than those for which the customer paid cash, i.e.: charge, revolving charge, budget accounts, instalment sales. Report total credit sales whether accounts are held by you or sold. Service or financial charges should be reported under item 9(b) .....

\$

--	--	--	--	--	--	--	--

## 12. MERCHANDISE VENDING MACHINES

Report for merchandise vending machines located on these premises and owned or operated by you.

(a) Selling value of merchandise vended through these machines as included under item 8(a). Estimate if necessary .....

\$

--	--

(b) Number of machines

Confectionery

Cigarettes and tobacco

Food and drink

All other

No. No. No. No.

1	2	3	4

## 13. LEASED DEPARTMENTS

In some instances part of a shop or store is rented to a person or firm carrying on another business. (Example: meat business in a grocery store, barber in a tobacco store, etc.).

yes no

(a) Was part of your store or shop rented to another business in 1961?

☐ ☐

(b) If "yes", state: (i) Name and address of firm to whom part of store was rented.

(ii) Kind of business carried on. (Note: If more than one list on separate sheet)

## 14. CERTIFICATE

This is to certify that the information contained in this report is correct and complete, to the best of my knowledge and belief, and covers the period

From 19 to 19

Date Signature Official Title

## 15. CHANGE OF OWNERSHIP

If you operated this business for part of the year only, please complete for the time you were in business and give the name and address of the other owner.

Name Address

FORMULE 02 - Détail

RAPPORT CONFIDENTIEL DU  
RECENSEMENT

Effectué en conformité de la loi  
sur la statistique

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE

OTTAWA, CANADA

RECENSEMENT DES ÉTABLISSEMENTS  
DE COMMERCE ET DE SERVICE - 1961

Prêt de renvoyer un exemplaire au  
BUREAU FÉDÉRAL  
DE LA STATISTIQUE, OTTAWA,  
dans les trois semaines qui suivent  
la réception du questionnaire

Directives

1. Le présent questionnaire doit être rempli pour l'année civile 1961 ou pour l'année commerciale qui se termine le plus près du 31 décembre 1961.
2. Si vous n'avez pas exploité le commerce durant l'année entière, répondez pour la partie de l'année durant laquelle vous l'avez exploité.
3. Les entreprises qui ont exploité plus d'un établissement en 1961 doivent présenter un rapport distinct pour chacun d'eux.
4. Ne donnez aucun renseignement sur les concessions louées à d'autres, sauf aux numéros 9 et 13.
5. Omettez les cents lorsque l'inscription doit être en dollars; répondez à toutes les questions et inscrivez "néant" quand la question ne s'applique pas.

1. DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

a) Nom et adresse de l'établissement de commerce (prêt de corriger, s'il y a erreur)

À L'USAGE DU BUREAU  
(prêt de laisser libre)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

0	1
---	---

--	--	--	--

--	--	--	--

D.R.

S.D.

b) Forme d'organisation

Particulier <input type="checkbox"/> <sup>1</sup>	Associés <input type="checkbox"/> <sup>2</sup>	Société constituée <input type="checkbox"/> <sup>3</sup>	Coopérative constituée <input type="checkbox"/> <sup>4</sup>	Coopérative non constituée <input type="checkbox"/> <sup>5</sup>
Autres <input type="checkbox"/> <sup>6</sup> (préciser) _____				

c) Ce commerce faisait-il partie d'une chaîne  
de magasins indépendants en 1961? oui ☐ <sup>1</sup> non ☐ <sup>2</sup>

Si "oui", inscrivez le nom et l'adresse de l'administration centrale du fournisseur

d) Cette maison a-t-elle exploité  
plus d'un local d'affaires? oui ☐ non ☐ <sup>1</sup>

Si "oui", donnez l'adresse des autres ci-dessous. Le présent rapport  
ne doit porter que sur l'établissement indiqué au numéro 1 a) ci-dessus.

e) Si la maison a exploité plus d'un local d'affaires en 1961, quelle était l'adresse de l'admi-  
nistration centrale?

2. GENRE D'ENTREPRISE

Décrivez votre commerce selon qu'il est généralement connu du public. Exemples: épicer, magasin général, magasin d'appareils, quincaillerie, magasin de vêtements pour hommes, magasin de chaussures, magasin de meubles, marchand de combustible, station-service, concessionnaire d'automobiles, atelier de réparation d'automobiles, bijouterie, atelier de réparation de radios et téléviseurs, etc.

a) Genre d'entreprise \_\_\_\_\_

3. ACTIVITÉ COMMERCIALE ET SERVICES À LA CLIENTÈLE

(Pointez les cases appropriées a) à c) et répondez à d) et e).

a) Service de livraison (en propre ou à forfait)

Gratuit ☐ <sup>1</sup> Frais ajoutés ☐ <sup>2</sup> Aucune livraison ☐ <sup>3</sup>

b) Surtout libre-service

oui ☐ <sup>1</sup> non ☐ <sup>2</sup>

c) Stationnement pour les clients

Gratuit ☐ <sup>1</sup> Frais ajoutés ☐ <sup>2</sup> Aucun ☐ <sup>3</sup>

d) Combien de jours votre magasin est-il ouvert durant une semaine ordi-  
naire? (Compter une journée partielle comme journée entière) Nombre de jours \_\_\_\_\_

e) Combien d'heures votre magasin est-il  
ouvert durant une semaine ordinaire?

été hiver  
Nombre d'heures \_\_\_\_\_

4. MODE D'OCCUPATION

Pointez a), b) ou c) ci-dessous, si vous étiez entièrement propriétaire ou locataire de votre local d'affaires en 1961. Si vous en étiez à la fois propriétaire et locataire, pointez d) et aussi a) ou c) si l'un des deux modes d'occupation prédominait.

a) Locataire non  
concessionnaire  
☐ <sup>1</sup>

b) Locataire concessionnaire  
dans un autre établissement  
☐ <sup>2</sup>

c) Propriétaire  
☐ <sup>3</sup>

d) À la fois propriétaire  
et locataire  
☐ <sup>4</sup>

Comb. ad-5  
cd-6



## 8. ÉTAT DU COMMERCE POUR L'ANNÉE - fin

c) Achats: le montant des marchandises achetées pour la revente ou les réparations et des matières premières à utiliser dans la fabrication, s'il y en a, doit être déclaré d'après le montant de la facture, plus tout frais de transport payé à l'extérieur. Les achats ne doivent pas inclure les marchandises reprises, les escomptes accordés, les fournitures de magasin et de bureau, etc.

- i) Achats de marchandises pour la revente ..... \$ \_\_\_\_\_
- ii) Allocations d'échange, s'il y en a ..... \$ \_\_\_\_\_
- iii) Achats de matières premières en vue de la fabrication, s'il y en a ..... \$ \_\_\_\_\_
- iv) Total des achats ..... \$ \_\_\_\_\_
- d) Stock, fin d'année: marchandises en main pour la vente (et matières premières en vue de la fabrication, s'il y en a) ..... \$ \_\_\_\_\_
- e) Prix de revient des marchandises vendues: (b + c - d) ..... \$ \_\_\_\_\_
- f) Bénéfices commerciaux bruts: bénéfices commerciaux bruts ou marge d'affaires pour l'année. (Total des ventes nettes moins le prix de revient des marchandises déclaré à e) ci-dessus) ..... \$ \_\_\_\_\_

Le stock déclaré à b) et d) a-t-il été évalué (pointez une case):

Au prix de revient ☐<sup>1</sup>    Au prix du marché ☐<sup>2</sup>    En bas du pris de revient ou du marché ☐<sup>3</sup>    Autrement ☐<sup>4</sup> (préciser) \_\_\_\_\_

## 9. REVENU EXTRA COMMERCIAL

Outre la vente de marchandises et les services déclarés au numéro 8, votre commerce a-t-il obtenu un revenu provenant d'une autre activité exercée dans votre local d'affaires? (Loyer de concessions ou de distributeurs automatiques, commissions de bureau de poste secondaire, vente de permis de chasse et de pêche, frais ajoutés de livraison, frais de financement ajoutés sur les comptes à crédit, etc.) Si "oui", inscrivez ci-dessous:

- a) Recettes provenant des appareils à sous installés dans votre magasin et dont vous êtes le propriétaire ou l'exploitant, à l'exclusion de ceux qui distribuent de la marchandise ..... \$ \_\_\_\_\_
- b) Frais de financement des ventes à crédit que vous avez perçus en 1961 ..... \$ \_\_\_\_\_
- c) Loyer (commission) provenant de la location dans votre magasin d'appareils à sous de toutes sortes et dont vous n'êtes pas le propriétaire ni l'exploitant ..... \$ \_\_\_\_\_
- d) Loyer reçu des concessionnaires ..... \$ \_\_\_\_\_
- e) Autres recettes extra-commerciales (préciser) ..... \$ \_\_\_\_\_

## 10. COMPTES ET BILLETS À RECEVOIR

Déclarez le montant d'argent qui vous est dû ou payable de la part de vos clients à la fin de l'année. Déclarez le total à recevoir avant de faire la provision pour les mauvaises créances. N'incluez pas le revenu non gagné provenant des frais de financement, ni le montant dû sur les comptes vendus ou cédés aux institutions financières, ni les comptes perçus par les fournisseurs.

- a) Total des comptes dus par vos clients à la fin de l'année ..... \$ \_\_\_\_\_
- b) Si vous avez accordé plus d'une sorte de crédit et que vos dossiers vous permettent de les distinguer, déclarez ce total des comptes dus par vos clients à la fin de l'année selon qu'il s'agit de comptes:
- |               |          |          |
|---------------|----------|----------|
| À tempérament | Courants | Autres   |
| \$ _____      | \$ _____ | \$ _____ |
- (préciser) \_\_\_\_\_

## 11. CLASSEMENT DES VENTES

Il faut d'autres renseignements sur le chiffre annuel de vos ventes pour classer correctement votre commerce. Le total de chacune des sections suivantes doit correspondre au "Total des ventes nettes" du numéro 8 a) iii), plus le numéro 8 a) v) s'il y a lieu. Les estimations doivent être précises quand les chiffres réels n'existent pas.

- a) Ventes de biens et services selon la catégorie de clients
- i) Ventes aux consommateurs ménagers ou aux particuliers pour usage personnel ..... \$ \_\_\_\_\_
- ii) Ventes aux agriculteurs pour la production de la ferme (instruments, aliments pour bétail, etc.) ..... \$ \_\_\_\_\_
- iii) Ventes aux industriels, aux commerçants et aux gros consommateurs (institutions, gouvernements, entrepreneurs, etc.) ..... \$ \_\_\_\_\_
- iv) Ventes aux détaillants ou à d'autres commerçants pour la revente ..... \$ \_\_\_\_\_
- v) Autres (préciser) ..... \$ \_\_\_\_\_

# 11. CLASSEMENT DES VENTES - fin

## b) Ventes par catégorie de marchandises

	0	5	À l'usage exclusif du bureau
i) Vêtements pour hommes et garçonnets.....	\$		
ii) Vêtements pour dames .....	\$		
iii) Vêtements pour demoiselles et enfants .....	\$		
iv) Chaussures .....	\$		
v) Produits alimentaires .....	\$		
vi) Meubles .....	\$		
vii) Appareils ménagers .....	\$		
viii) Radios, tourne-disques, téléviseurs .....	\$		
ix) Articles d'ameublement ménager (rideaux, re- vêtement de plancher, couvertures de lit, etc.)	\$		
x) Fournitures ménagères (porcelaine, prépara- tions de nettoyage, ustensiles, etc.) .....	\$		
xi) Quincaillerie .....	\$		
xii) Peinture, verre, papier-tenture .....	\$		
xiii) Boissons alcooliques .....	\$		
xiv) Livres, papeterie, autres articles en papier ....	\$		
xv) Appareils et fournitures photographiques .....	\$	06	
xvi) Remèdes, articles de pharmacie, préparations pour la toilette .....	\$		
xvii) Articles en tissu, mercerie, menus articles ....	\$		
xviii) Appareils et fournitures pour la ferme et le jardin	\$		
xix) Combustible, toutes sortes .....	\$		
xx) Bijouterie, argenterie, horloges .....	\$		
xxi) Malles et articles en cuir .....	\$		
xxii) Véhicules automobiles, pièces, pneus, etc. ....	\$		
xxiii) Instruments de musique, musique en feuille ....	\$		
xxiv) Articles de sport, bicyclettes, etc. ....	\$		
xxv) Tabacs .....	\$		
xxvi) Toutes autres marchandises .....	\$		
xxvii) Repas .....	\$		
xxviii) Recettes provenant des réparations et services	\$		

271 - 273

281 - 285

290

311 - 314

101 - 172

371 - 372

373

374 - 377

382 - 385

381

361 - 362

383

191 - 193

462

484

390 - 400

331

362, 484 - 486

481 - 482

467

458

221 - 250

465

262, 469

480

## c) Ventes selon le mode de paiement

- Ventes au comptant ou contre remboursement - Exclure les versements initiaux et les allocations d'échange dans le cas des ventes à crédit (à déclarer au numéro ii) ci-dessous), les paiements partiels d'un compte et les sommes qui vous ont été versées par les sociétés de cartes de crédit ou de financement auxquelles vous aviez transféré vos comptes .....
- Ventes à crédit - Toutes les ventes autres que celles pour lesquelles le client a payé comptant, c'est-à-dire comptes courants, crédit renouvelable, comptes budgétaires, ventes à tempérament. Déclarez le total des ventes à crédit, que vous en déteniez les titres ou que vous les ayez vendus. Les frais du service ou du financement se déclarent au numéro 9d), et non pas ici .....

## 12. DISTRIBUTEURS AUTOMATIQUES

Dans le cas des distributeurs automatiques installés dans votre magasin et dont vous êtes le propriétaire ou l'exploitant, déclarez:

a) La valeur de vente des marchandises vendues au moyen de ces distributeurs selon la déclaration faite au numéro 8a). Donnez une estimation si nécessaire .....

b) Nombre de distributeurs	À bonbons	À cigarettes et tabac	À aliments et boissons	Tous autres
Nombre	1	2	3	4

## 13. CONCESSIONS

Dans certains cas, une partie de l'atelier ou du magasin est louée à une personne ou entreprise qui exploite un autre commerce. (Exemple: un comptoir de viandes dans une épicerie, un salon de coiffure dans un débit de tabac, etc.)

a) Une partie de votre magasin a-t-elle été louée à un autre commerce en 1961? ☐ oui ☐ non

b) Si "oui", indiquez: i) Le nom et l'adresse de la personne ou de l'entreprise à qui vous avez loué une partie de votre magasin.

ii) Le genre de commerce qui s'y fait. (Notez s'il y en a plus d'un, inscrivez-les sur une feuille à part.)

## 14. ATTESTATION

Je déclare que les renseignements donnés dans le présent rapport sont de bonne foi, et, autant que je sache, complets et exacts, et qu'ils portent sur la période s'étendant

de \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_ au \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_

Date \_\_\_\_\_ Signature \_\_\_\_\_ Titre officiel \_\_\_\_\_

## 15. CHANGEMENT DE PROPRIÉTAIRE

Si vous avez exploité ce commerce une partie de l'année seulement, veuillez répondre pour le temps que vous avez été en affaires et donner le nom et l'adresse de l'autre propriétaire.

Nom \_\_\_\_\_ Adresse \_\_\_\_\_



RETAIL FORM 13 (Short)

DOMINION BUREAU OF STATISTICS

CONFIDENTIAL CENSUS REPORT

OTTAWA - CANADA

Taken in conformity with  
the Statistics Act

CENSUS OF MERCHANDISING AND  
SERVICE ESTABLISHMENTS - 1961

One copy should be returned  
to the DOMINION BUREAU OF  
STATISTICS, Ottawa, within  
three weeks of receipt

Instructions

1. This questionnaire should be completed for the calendar year 1961 or for your business year ending nearest to Dec. 31, 1961.
2. If you did not operate for the full year, complete for that part of the year you were in business.
3. Firms which operated more than one establishment during 1961 must submit a separate report for each.
4. Omit cents on all dollar value entries; complete all entries, entering "nil" when the question does not apply.

1. DESCRIPTION OF BUSINESS

(a) Name and address of business establishment (Please revise if not correct.)

FOR OFFICIAL USE  
(Please leave blank)

0	1								
					CD		EA		

(b) Form of organization

Individual proprietorship ☐ <sup>1</sup> Partnership ☐ <sup>2</sup> Incorporated company ☐ <sup>3</sup> Incorporated co-operative association ☐ <sup>4</sup> Unincorporated co-operative association ☐ <sup>5</sup>

Other ☐ <sup>6</sup> (specify) \_\_\_\_\_

(c) Was this business a member of a sponsored or voluntary group in 1961? yes ☐ <sup>1</sup> no ☐ <sup>2</sup>

If "yes", state name and head office address of sponsor or supplier

(d) Was more than one place of business operated by this firm? yes ☐ no ☐ <sup>1</sup>

If "yes", list the other addresses below. This report should cover only the establishment shown under section (a) above.

(e) If more than one place of business was operated in 1961, what was the head office address?

2. KIND OF BUSINESS

Describe your business as it is generally known to the public. Examples: Grocery store, general store, appliance store, hardware store, men's clothing store, shoe store, furniture store, fuel dealer, jewellery store, radio and T.V. repair shop, etc.

(a) Kind of business \_\_\_\_\_

(b) For further classification give the approximate percentage of the principal commodities sold. Example: groceries ..... 55% hardware ..... 25% men's clothing ..... 10% all other ..... 10%

3. OPERATING PRACTICES AND CUSTOMER SERVICE

(Check appropriate blocks (a) to (c), answer (d) and (e).)

(a) Delivery services (own or contract)

Provided free ☐ <sup>1</sup> Charge made ☐ <sup>2</sup> No delivery ☐ <sup>3</sup>

(b) Mainly self-serve

yes ☐ <sup>1</sup> no ☐ <sup>2</sup>

(c) Customer off-street parking: Provided free ☐ <sup>1</sup> Charge made ☐ <sup>2</sup> None provided ☐ <sup>3</sup>

(d) How many days open in a typical week? (Count part of a day as one day.)

No. of days \_\_\_\_\_

(e) How many hours open for business in a typical week.

Summer \_\_\_\_\_ Winter \_\_\_\_\_

No. of hours \_\_\_\_\_

4. OCCUPANCY

Check (a), (b) or (c) below if your business premises were wholly rented or owned by you in 1961. If partly rented or partly owned, check (d) and also (a) or (c) if either one predominated.

(a) Rented by you (Not as a concession) ☐ <sup>1</sup> (b) Rented as a concession in another establishment ☐ <sup>2</sup> (c) Owned by you ☐ <sup>3</sup> (d) Partly owned and partly rented ☐ <sup>4</sup>

### 5. WORKING PROPRIETORS OF UNINCORPORATED BUSINESS

(a) How many proprietors were actively engaged in operating this business during 1961? (When husband and wife operate the business jointly, report only one here. The other should be reported under section 6 as an unpaid family worker.) No. \_\_\_\_\_

(b) Total number of hours worked by the proprietor(s) reported in item (a) above during a typical week. Number of hours \_\_\_\_\_

Example: If one proprietor worked 32 hours and another 36 hours, the total 68 hours should be reported.

6. FAMILY OR OTHER WORKERS NOT RECEIVING PAY (Not reported in section 5 or 7) Total number of hours worked by unpaid family or other unpaid workers in this business during a typical week. No. of hours in week Summer Winter \_\_\_\_\_

Example: If one person worked 20 hours and two others 7 hours each, the total of 34 hours should be reported.

### 7. PAID EMPLOYEES AND THEIR PAY

(a) Annual Pay - Total amount paid to all employees during 1961. Include salaries, wages, commissions, bonuses, payments for leave of all types, and payment in kind (estimated value of meals and lodgings provided without charge). Report gross pay before deductions for income tax, employees' contributions to unemployment insurance, pension plans, etc.; do not include employer's contributions to these. Do not report withdrawals or salaries of proprietors who are reported in section 5. (Omit cents.) \$ \_\_\_\_\_

(b) Number of paid employees (Do not include persons reported in section 5 or 6 above.) Actual number of paid employees during the last week in November No. \_\_\_\_\_

Average number of paid employees engaged in operating this business No. \_\_\_\_\_

### 8. TOTAL NET SALES

Net sales - Gross sales less returns, cash and trade discounts and allowances other than on "trade-ins"; exclude also sales taxes collected by you for remittance to a government agency. Goods withdrawn for personal use should be included. If used merchandise was accepted in part payment of goods sold, selling value before deduction of trade-in allowances should be reported. If merchandise was sold through automatic vending machines located on your premises and owned or operated by you, include value of sales and see also section 11(b).

Net sales of merchandise purchased for resale and receipts from repairs and services \$ \_\_\_\_\_

### 9. INVENTORY

Inventory of all merchandise on hand for sale at the end of the year \$ \_\_\_\_\_

### 10. ACCOUNTS AND NOTES RECEIVABLE

Report the amount of money owing and payable to you by your customers at the end of the year \$ \_\_\_\_\_

### 11. SUPPLEMENTAL INFORMATION

(a) Total sales - How much of total sales reported in item 8 was: Merchandise \$ \_\_\_\_\_

Meals and lunches \$ \_\_\_\_\_

Service receipts \$ \_\_\_\_\_

Total \$ \_\_\_\_\_

(b) Merchandise Vending Machines - Report for merchandise vending machines located on these premises and owned or operated by you:

(i) Selling value of merchandise vended through these machines as included under section 8. Estimate if necessary \$ \_\_\_\_\_

(ii) Number of machines:

Confectionery 1

Cigarettes and tobacco 2

Food and drink 3

All other 4

No. \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_

### 12. CERTIFICATE

This is to certify that the information contained in this report is correct and complete, to the best of my knowledge and belief, and covers the period

from \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_\_ to \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_\_

Date \_\_\_\_\_ Signature \_\_\_\_\_ Official title \_\_\_\_\_

### 13. CHANGE OF OWNERSHIP

If you operated this business for part of the year only, please complete for the time you were in business and give the name and address of the other owner.

Name \_\_\_\_\_ Address \_\_\_\_\_

FORMULE 14 - Détail (abrégée)

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE

OTTAWA, CANADA

RAPPORT CONFIDENTIEL DU  
RECENSEMENT

Effectué en conformité de la loi  
sur la statistique

RECENSEMENT DES ÉTABLISSEMENTS  
DE COMMERCE ET DE SERVICE - 1961

Prière de renvoyer un exemplaire au  
BUREAU FÉDÉRAL DE LA  
STATISTIQUE, Ottawa, dans les  
trois semaines qui suivent la  
réception du questionnaire

Directives

1. Le présent questionnaire doit être rempli pour l'année civile 1961 ou pour l'année commerciale qui se termine le plus près du 31 décembre 1961.
2. Si vous n'avez pas exploité le commerce durant l'année entière, répondez pour la partie de l'année durant laquelle vous l'avez exploité.
3. Les entreprises qui ont exploité plus d'un établissement en 1961 doivent présenter un rapport distinct pour chacun d'eux.
4. Omettez les cents lorsque l'inscription doit être en dollars; répondez à toutes les questions et inscrivez "néant" quand la question ne s'applique pas.

1. DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

a) Nom et adresse de l'établissement de commerce (prière de corriger, s'il y a erreur)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

0	1
---	---

À L'USAGE DU BUREAU  
(prière de laisser libre)

D.R.				S.D.			

b) Forme d'organisation

Particulier ☐ <sup>1</sup>      Associés ☐ <sup>2</sup>      Société constituée ☐ <sup>3</sup>      Coopérative constituée ☐ <sup>4</sup>      Coopérative non constituée ☐ <sup>5</sup>

Autres ☐ <sup>6</sup> (préciser) \_\_\_\_\_

c) Ce commerce faisait-il partie d'une chaîne de magasins indépendants en 1961?

oui ☐ <sup>1</sup>      non ☐ <sup>2</sup>

Si "oui", inscrivez le nom et l'adresse de l'administration centrale du fournisseur

d) Cette maison a-t-elle exploité plus d'un local d'affaires?

oui ☐      non ☐ <sup>1</sup>

Si "oui", donnez l'adresse des autres ci-dessous. Le présent rapport ne doit porter que sur l'établissement indiqué au numéro 1 a) ci-dessus.

e) Si la maison a exploité plus d'un local d'affaires en 1961, quelle était l'adresse de l'administration centrale?

2. GENRE D'ENTREPRISE

Décrivez votre commerce selon qu'il est généralement connu du public. Exemples: épicerie, magasin général, magasin d'appareils, quincaillerie, magasin de vêtements pour hommes, magasin de chaussures, magasin de meubles, marchand de combustible, bijouterie, atelier de réparation de radios et téléviseurs, etc.

a) Genre d'entreprise \_\_\_\_\_

b) En vue d'un classement plus poussé, donnez le pourcentage approximatif des principales catégories de marchandises vendues?

Exemple: épicerie ..... 55%  
quincaillerie ..... 25%  
vêtements pour hommes 10%  
autres ..... 10%

\_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ % \_\_\_\_\_ %

3. ACTIVITÉ COMMERCIALE ET SERVICES À LA CLIENTÈLE

(Pointez les cases appropriées a) à c) et répondez à d) et e).

a) Service de livraison (en propre ou à forfait)

Gratuit ☐ <sup>1</sup>      Frais ajoutés ☐ <sup>2</sup>      Aucune livraison ☐ <sup>3</sup>

(b) Surtout libre-service

oui ☐ <sup>1</sup>      non ☐ <sup>2</sup>

c) Stationnement pour les clients

Gratuit ☐ <sup>1</sup>      Frais ajoutés ☐ <sup>2</sup>      Aucun ☐ <sup>3</sup>

d) Combien de jours votre magasin est-il ouvert durant une semaine ordinaire? (Comptez une journée partielle comme journée entière.)

Nombre de jours \_\_\_\_\_

e) Combien d'heures votre magasin est-il ouvert durant une semaine ordinaire?

été \_\_\_\_\_      hiver \_\_\_\_\_

Nombre d'heures \_\_\_\_\_

4. MODE D'OCCUPATION

Pointez a), b) ou c) ci-dessous, si vous étiez entièrement propriétaire ou locataire de votre local d'affaires en 1961. Si vous en étiez à la fois propriétaire et locataire pointez d) et aussi a) ou c) si l'un des deux modes d'occupation prédominait.

a) Locataire non concessionnaire ☐ <sup>1</sup>

b) Locataire concessionnaire dans un autre établissement ☐ <sup>2</sup>

c) Propriétaire ☐ <sup>3</sup>

d) À la fois propriétaire et locataire ☐ <sup>4</sup>

### 5. PROPRIÉTAIRES ACTIFS DE COMMERCE NON CONSTITUÉS

a) Combien de propriétaires ont effectivement travaillé à l'exploitation de cette entreprise en 1961? (Lorsque l'époux et l'épouse exploitent conjointement le commerce, n'en déclarez qu'un seul. L'autre doit être déclaré au numéro 6 comme aide familial non rémunéré.)

Nombre

b) Nombre total d'heures de travail des propriétaires déclarés à a) durant une semaine ordinaire.  
Exemple: Si un propriétaire a travaillé 32 heures et un autre 36 heures, il faut inscrire le total de 68 heures

Nombre d'heures

6. AIDES FAMILIAUX OU AUTRES NON RÉMUNÉRÉS (non déclarés ni à 5 ni à 7) Combien d'heures les aides familiaux ou autres non rémunérés ont-ils travaillé dans cet établissement durant une semaine ordinaire?

Nombre d'heures  
par semaine  
été hiver

Exemple: Si une personne a travaillé 20 heures et deux autres 7 heures chacune, il faut déclarer le total de 34 heures

### 7. EMPLOYÉS RÉMUNÉRÉS ET LEUR PAYE

a) Paye annuelle - Montant total versé à tous les employés en 1961. Inclure les traitements, salaires, commissions, bonis, paiements pour congés de tous genres, et les paiements en nature (valeur estimée des repas et du logement fournis gratuitement), s'il y a lieu. Déclarez les payes brutes avant déduction de l'impôt sur le revenu, des contributions des employés à l'assurance-chômage, aux caisses de pension, etc.; ne pas inclure les contributions de l'employeur à ces fins. Ne déclarez pas les retraits ou traitements des propriétaires déclarés au numéro 5. (Omettez les cents.)

\$

b) Nombre d'employés rémunérés (Ne pas inclure les personnes déclarées aux numéros 5 ou 6 ci-dessus.) Nombre réel d'employés payés durant la dernière semaine de novembre

Nombre

Nombre moyen d'employés rémunérés engagés pour l'exploitation de cette entreprise

Nombre

### 8. VENTES NETTES

Montant brut des ventes moins les reprises, les escomptes au comptant ou commerciaux et les remises autres que les allocations d'échange; exclure aussi les taxes de vente que vous avez perçues pour les remettre à un organisme gouvernemental. Il faut inclure les biens retirés pour usage personnel. Si des marchandises sont acceptées comme paiement partiel des biens vendus, il faut indiquer la valeur de vente avant déduction de l'allocation d'échange. Si la marchandise a été vendue au moyen d'un distributeur automatique, qui est situé dans votre magasin et dont vous êtes le propriétaire ou l'exploitant, incluez-en la valeur des ventes et voyez aussi la section 11 b).

Ventes nettes de marchandises achetées pour la revente et recettes provenant de réparations et services

\$

### 9. STOCKS

Valeur de toutes les marchandises en main pour la vente à la fin de l'année

\$

### 10. COMPTES ET BILLETS À RECEVOIR

Déclarez le montant d'argent qui vous est dû ou payable par vos clients à la fin de l'année

\$

### 11. RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

a) Total des ventes - Quel montant des ventes déclarées au numéro 8 représentaient

la marchandise

\$

les repas

\$

les recettes provenant de services

\$

Total

\$

b) Distributeurs automatiques de marchandises - Dans le cas des distributeurs automatiques installés dans votre établissement et dont vous êtes le propriétaire ou l'exploitant, déclarez:

i) La valeur de vente des marchandises vendues au moyen de ces machines selon la déclaration faite au numéro 8. Donnez une estimation si nécessaire

\$

ii) Nombre de distributeurs:

À bonbons

À cigarettes  
et tabac

À aliments  
et boissons

Tous autres

Nombre

Nombre

Nombre

Nombre

### 12. ATTESTATION

Je déclare que les renseignements donnés dans le présent rapport sont de bonne foi et, autant que je sache, complets et exacts, et qu'ils portent sur la période s'étendant

du 19 au 19

Date Signature Titre officiel

### 13. CHANGEMENT DE PROPRIÉTAIRE

Si vous avez exploité cet établissement une partie de l'année seulement, veuillez répondre pour le temps que vous avez été en affaires et donner le nom et l'adresse de l'autre propriétaire.

Nom Adresse

RETAIL FORM 91

DOMINION BUREAU OF STATISTICS  
OTTAWA, CANADA

CONFIDENTIAL CENSUS REPORT

**CENSUS OF MERCHANDISING AND  
SERVICE ESTABLISHMENTS - 1961**

Taken in conformity with  
the Statistics Act

**Sales by Commodity Classes (Supplementary)**

One copy should be  
returned to the DOMINION  
BUREAU OF STATISTICS,  
OTTAWA, within three  
weeks of receipt

Question 11 (b) of the Census questionnaire when completed, provides data to enable proper classification of your business and also provides a broad outline of sales by commodities. This supplementary form is designed to provide a more detailed breakdown of sales by commodity classes, an important part of the Decennial Census of Merchandising and Service Establishments.

**INSTRUCTIONS:**

1. This supplementary questionnaire should be completed for the same period as the enclosed Census questionnaire, providing detail of sales by commodities beyond that shown in Question 11 (b).
2. Careful estimates will be satisfactory if your records do not provide the required detail.
3. Please complete and return one copy of this form with the original enclosed Census return.

GENERAL SCHEDULE		OFFICIAL USE ONLY
APPAREL AND DRY GOODS		KB
100	Value of sales (omit cents)	
110 MEN'S AND BOYS' CLOTHING AND FURNISHINGS, Sub-total .....	\$ .....	1 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table> 10
111 Men's clothing (ready-to-wear and made-to-measure suits, coats, jackets, etc.) .....	.....	2 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
112 Men's work clothing .....	.....	3 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
113 Men's furnishings .....	.....	4 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
114 Boys' clothing and furnishings .....	.....	5 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
120 WOMEN'S, MISSES' AND CHILDREN'S CLOTHING, Sub-total .....	.....	1 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table> 11
121 Women's and misses' coats and suits, ready-made (incl. fur trimmed coats) .....	.....	2 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
122 Women's and misses' dresses (except housedresses) .....	.....	3 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
123 Sportswear (blouses, skirts, sweaters, jackets etc.) .....	.....	4 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
124 Housedresses, aprons, uniforms .....	.....	5 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
125 Lingerie .....	.....	6 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
126 Hosiery .....	.....	7 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
127 Foundation garments .....	.....	8 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
128 Millinery .....	.....	9 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
129 Furs and fur goods .....	.....	10 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
130 Apparel accessories (scarfs, gloves, umbrellas, neckwear etc.) .....	.....	11 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
131 Girls' wear .....	.....	1 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table> 12
132 Children's and infants' wear .....	.....	2 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
140 FOOTWEAR, Sub-total .....	.....	3 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
141 Men's and boys' footwear .....	.....	4 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
142 Women's and misses' footwear .....	.....	5 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
143 Children's and infants' footwear .....	.....	6 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
150 DRY GOODS AND NOTIONS, Sub-total .....	.....	7 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
151 Yard goods of all kinds except drapery, upholstery and curtain material .....	.....	8 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
152 Bedding and linens (pillows, blankets, sheets, table linens, bedspreads, etc.) .....	.....	9 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>
153 Notions and smallwares (buttons, thread, closet supplies, needlework, shopping bags, etc.) .....	.....	10 <table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"></table>

		Value of sales (omit cents)	OFFICIAL USE ONLY					
200	<b>FOOD AND BEVERAGES</b>							
210	<b>FOOD AND KINDRED PRODUCTS, Sub-total</b>	\$	1					13
	211 Fresh cooked and cured meats, incl. poultry (ex. canned and frozen)		2					
	212 Fresh and cured fish (ex. canned and frozen)		3					
	213 Fresh fruits and vegetables (ex. canned and frozen)		4					
	214 Fresh bakery products (ex. frozen)		5					
	215 Dairy products and eggs (incl. cheese, ex. canned and powdered)		6					
	216 Canned foods (including canned milk)		7					
	217 Frozen foods, all kinds (incl. ice cream, pastry, etc.)		8					
	218 Candy and confectionery (including nuts)		9					
	219 Tea, coffee and cocoa (including instant products)		10					
	220 All other grocery products (cereals, biscuits, shortening, flour, mixes, sugar, etc.)		11					
230	<b>BEVERAGES, Sub-total</b>		1					14
	231 Soft drinks		2					
	232 Alcoholic (brewed, fermented and distilled)		3					
300	<b>DURABLE GOODS</b>							
310	<b>HOUSEHOLD FURNITURE, Sub-total</b>		4					
	311 Living room		5					
	312 Dining room		6					
	313 Bedroom		7					
	314 Springs and mattresses		8					
	315 Kitchen and all other, incl. lawn, etc.		9					
320	<b>HOUSE FURNISHINGS, Sub-total</b>		1					15
	321 Draperies, upholstery and curtains (made-up and yard goods)		2					
	322 Floor coverings, all kinds		3					
	323 All other (incl. awnings, blinds, mirrors, pictures, etc.)		4					
330	<b>ELECTRICAL APPLIANCES (household), Sub-total</b>		5					
	331 Refrigerators and home freezers		6					
	332 Vacuum cleaners and polishers		7					
	333 Stoves and ranges		8					
	334 Washing machines, automatic washers and dryers		9					
	335 Sewing machines		1					16
	336 Other major appliances - ironers, room air conditioners, dishwashers, etc.		2					
	337 Small appliances - irons, toasters, food mixers, blankets, razors, etc.		3					
340	<b>NON-ELECTRICAL APPLIANCES, Sub-total</b>		4					
	341 Gas stoves and ranges		5					
	342 All other - wood stoves, refrigerators, ice boxes, etc.		6					
350	<b>ELECTRICAL EQUIPMENT AND SUPPLIES OTHER THAN APPLIANCES, Sub-total</b>		7					
	351 Lamps, light bulbs, fixtures, wiring, fuses, etc.		8					

		Value of sales (omit cents)	OFFICIAL USE ONLY					
360	RADIOS, RECORD PLAYERS, TELEVISION, Sub-total .....	\$ .....	1					17
361	Radios, record players and combination sets (incl. tape recorders, Hi-Fi, etc.) .....	.....	2					
362	Television sets and T.V. combinations .....	.....	3					
363	Records .....	.....	4					
364	Parts, accessories and other equipment .....	.....	5					
370	MUSICAL INSTRUMENTS AND ACCESSORIES, Sub-total .....	.....	6					
371	Pianos .....	.....	7					
372	Organs .....	.....	8					
373	Other musical instruments, sheet music, accessories, etc. ....	.....	9					
380	CAMERAS AND PHOTOGRAPHIC EQUIPMENT, Sub-total .....	.....	1					18
381	Cameras and projectors .....	.....	2					
382	Films and plates .....	.....	3					
383	All other supplies .....	.....	4					
390	JEWELLERY, SILVERWARE, CLOCKS AND WATCHES, Sub-total .....	.....	5					
391	Clocks and watches (incl. electric clocks) .....	.....	6					
392	Plated and sterling silverware, flat and hollow .....	.....	7					
393	Fine jewellery .....	.....	8					
394	Costume jewellery .....	.....	9					
400	LUGGAGE AND LEATHER GOODS (excl. handbags, harness, footwear), Sub-total .....	.....	1					19
410	HARDWARE, Sub-total .....	.....	2					
411	Builders' hardware .....	.....	3					
412	Power tools .....	.....	4					
413	All other basic hardware (excl. kitchen tableware and garden equipment) .....	.....	5					
420	PAINTS, VARNISHES, WALLPAPER AND GLASS, Sub-total .....	.....	6					
421	Paints and varnishes .....	.....	7					
422	Painters' supplies .....	.....	8					
423	Glass .....	.....	9					
424	Wallpaper and supplies .....	.....	10					
430	HOUSEHOLD SUPPLIES, Sub-total .....	.....	1					20
431	Soaps, cleaning compounds all kinds .....	.....	2					
432	China, glassware, crockery .....	.....	3					
433	All other household supplies (incl. kitchen utensils, brooms, etc.) .....	.....	4					
440	TOYS AND GAMES, Sub-total .....	.....	5					
441	Toys and games .....	.....	6					
442	Small wheel goods (baby carriages, wagons, tri-cycles, etc.) .....	.....	7					
450	SPORTING AND RECREATION EQUIPMENT, Sub-total .....	.....	8					
451	Boats, motors and accessories .....	.....	9					
452	All other sporting goods and equipment .....	.....	10					

		Value of sales (omit cents)	OFFICIAL USE ONLY									
460	BICYCLES, MOTORCYCLES, PARTS AND ACCESSORIES, Sub-total .....	\$ .....	1									21
470	AUTOMOTIVE TIRES, BATTERIES, PARTS AND ACCESSORIES, Sub-total .....	.....	2									
480	GASOLINE, OIL AND GREASE, Sub-total .....	.....	3									
490	HEATING AND PLUMBING SUPPLIES, Sub-total .....	.....	4									
500	BUILDING MATERIALS ALL KINDS (cements, plaster, lumber, brick, glass, etc.) Sub-total .....	.....	5									
510	FARM AND GARDEN EQUIPMENT AND SUPPLIES, Sub-total .....	.....	6									
511	Tractors .....	.....	7									
512	Power lawnmowers .....	.....	8									
513	All other farm and garden equipment and supplies .....	.....	9									
520	PROFESSIONAL AND SCIENTIFIC APPLIANCES, INSTRUMENTS AND EQUIPMENT, Sub-total .....	.....	10									
530	OFFICE AND STORE EQUIPMENT AND FURNITURE, Sub-total .....	.....	11									
600	MISCELLANEOUS MERCHANDISE											
610	CIGARS, CIGARETTES, TOBACCO, Sub-total .....	.....	1									22
620	DRUGS AND DRUG SUNDRIES, Sub-total .....	.....	2									
621	Prescribed medicines .....	.....	3									
622	Pharmaceuticals, patent medicines and compounds .....	.....	4									
623	Toilet articles and preparations .....	.....	5									
624	Drug sundries, rubber goods, sick room supplies, etc. ....	.....	6									
630	PAPER, PAPER PRODUCTS AND RELATED SUPPLIES, Sub-total .....	.....	7									
631	Newspapers and magazines .....	.....	8									
632	Printed books incl. text books .....	.....	9									
633	Stationery and supplies .....	.....	10									
634	All other paper products (wax paper, paper bags, tissues, etc.) .....	.....	11									
640	FUEL, Sub-total .....	.....	1									23
641	Fuel oil .....	.....	2									
642	Coal and coke .....	.....	3									
643	Other fuel .....	.....	4									
650	FLOWERS, Sub-total .....	.....	5									
660	ALL OTHER MERCHANDISE, Sub-total .....	.....	6									
670	MEALS AND LUNCHES, Sub-total .....	.....	7									
680	RECEIPTS FROM REPAIRS AND SERVICE, Sub-total .....	.....	8									
700	TOTAL NET SALES AND RECEIPTS											
710	SUM OF ALL SUB-TOTALS .....	.....	9									
			10									

NOTE: This total should correspond to Item 8 (a)3 with the addition of 8 (a)5, if applicable.



BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE  
OTTAWA, CANADA

FORMULE-DÉTAIL 92

RAPPORT CONFIDENTIEL  
DU RECENSEMENT

RECENSEMENT DES ÉTABLISSEMENTS DE COMMERCE  
ET DE SERVICE - 1961

Effectué en conformité de  
la loi sur la statistique

Ventes par catégorie de marchandises (supplément)

Prière de retourner un exemplaire  
rempli au BUREAU FÉDÉRAL  
DE LA STATISTIQUE, OTTAWA,  
dans le mois qui suit  
la réception

La question 11 b) du questionnaire du recensement fournit des données qui permettent de bien classer votre entreprise et aussi un large aperçu des ventes par marchandise. Cette formule supplémentaire vise à fournir une répartition plus détaillée des ventes par catégorie de marchandises, partie importante du recensement décennal des établissements de commerce et de service.

DIRECTIVES

1. Le présent questionnaire supplémentaire doit être rempli et porter sur la même période que le questionnaire du recensement ci-joint; il fournit plus de détails sur les ventes par marchandise que la question 11 b).
2. De bonnes estimations suffiront, si vos dossiers ne contiennent pas les détails demandés.
3. Veuillez remplir et retourner un exemplaire de cette formule avec le questionnaire du recensement.

FORMULE GÉNÉRALE		À L'USAGE DU BUREAU	
HABILLEMENT ET TISSUS		Prrière de laisser libre	
		KB	
100	Valeur des ventes (omettre les cents)		
110	VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES POUR HOMMES ET GARÇONS, Total secondaire \$	1	10
111	Vêtements pour hommes (complets, pardessus, vestons, etc., prêts à porter ou faits sur mesure).....	2	
112	Vêtements de travail pour hommes .....	3	
113	Accessoires de vêtement pour hommes .....	4	
114	Vêtements et accessoires pour garçons .....	5	
120	VÊTEMENTS POUR DAMES, DEMOISELLES ET ENFANTS, Total secondaire	1	11
121	Manteaux et costumes tailleurs tout faits pour dames et demoiselles .....	2	
122	Robes (sauf robes de maison) pour dames et demoiselles .....	3	
123	Vêtements de sport (blouses, jupes, chandails, vestons, etc.) .....	4	
124	Robes de maison, tabliers, uniformes .....	5	
125	Sous-vêtements .....	6	
126	Bas .....	7	
127	Articles de corseterie .....	8	
128	Chapeaux .....	9	
129	Fourrures et articles en fourrure .....	10	
130	Accessoires (foulards, gants, parapluies, cravates, etc.) .....	11	
131	Vêtements pour fillettes .....	1	12
132	Vêtements pour enfants et bébés .....	2	
140	CHAUSSURES, Total secondaire .....	3	
141	Chaussures pour hommes et garçons .....	4	
142	Chaussures pour dames et demoiselles .....	5	
143	Chaussures pour enfants et bébés .....	6	
150	TISSUS ET MERCERIE, Total secondaire .....	7	
151	Tissus à la verge de toutes sortes sauf pour les tentures, capitonnages et rideaux .....	8	
152	Linge de lit et de maison (oreillers, couvertures, draps, linge de table, couvre-lits, etc.) .....	9	
153	Mercerie et articles divers (boutons, fil, fournitures de garde-robe, travail à l'aiguille, sacs à magasiner, etc.) .....	10	

200 ALIMENTS ET BOISSONS		Valeur des ventes (omettre les cents)	À L'USAGE DU BUREAU Prière de laisser libre	
210	ALIMENTS ET PRODUITS CONNEXES, Total secondaire .....	\$ .....	1	13
211	Viandes fraîches, cuites et fumées y compris la volaille (sauf en conserve et congelées) .....	.....	2	
212	Poisson frais et fumé (sauf en conserve et congelé) .....	.....	3	
213	Fruits et légumes frais (sauf en conserve et congelés) .....	.....	4	
214	Produits frais de boulangerie (sauf congelés) .....	.....	5	
215	Produits laitiers et oeufs (y compris le fromage, mais sauf en conserve et en poudre) .....	.....	6	
216	Conserves d'aliments (y compris le lait en conserve) .....	.....	7	
217	Aliments congelés de toutes sortes (y compris la crème glacée, les pâtisseries, etc.) .....	.....	8	
218	Bonbons et confiseries (y compris les noix) .....	.....	9	
219	Thé, café et cacao (y compris les produits instantanés) .....	.....	10	
220	Tous autres articles alimentaires (céréales, biscuits, graisse culinaire, farine, mélanges, sucre, etc.) .....	.....	11	
230	BOISSONS, Total secondaire .....	.....	1	14
231	Eaux gazeuses .....	.....	2	
232	Boissons alcooliques (brassées, fermentées et distillées) .....	.....	3	
300	BIENS DURABLES			
310	MOBILIER DE MÉNAGE, Total secondaire .....	.....	4	
311	De salle de séjour .....	.....	5	
312	De salle à manger .....	.....	6	
313	De chambre à coucher .....	.....	7	
314	Sommiers et matelas .....	.....	8	
315	De cuisine et tout autre, y compris de parterre, etc. ....	.....	9	
320	ARTICLES D'AMEUBLEMENT MÉNAGER, Total secondaire .....	.....	1	15
321	Tentures, rembourrage et rideaux (tout faits et tissus à la verge) .....	.....	2	
322	Revêtements de sol de toutes sortes .....	.....	3	
323	Tous autres (y compris les auvents, stores, miroirs, tableaux, etc.) .....	.....	4	
330	APPAREILS ÉLECTRIQUES (ménagers), Total secondaire .....	.....	5	
331	Réfrigérateurs et congélateurs ménagers .....	.....	6	
332	Aspirateurs et polisseuses .....	.....	7	
333	Poêles et cuisinières .....	.....	8	
334	Machines à laver, machines automatiques à laver et à sécher .....	.....	9	
335	Machines à coudre .....	.....	1	16
336	Autres gros appareils - repasseuses, conditionneurs d'air, machines à laver la vaisselle, etc. ....	.....	2	
337	Petits appareils - fers à repasser, grille-pain, mélangeurs d'aliments, couvertures, rasoirs, etc. ....	.....	3	
340	APPAREILS NON ÉLECTRIQUES, Total secondaire .....	.....	4	
341	Poêles et cuisinières à gaz .....	.....	5	
342	Tous autres - poêles à bois, réfrigérateurs, glacières, etc. ....	.....	6	
350	ACCESSOIRES ÉLECTRIQUES AUTRES QUE LES APPAREILS, Total secondaire ....	.....	7	
351	Lampes, ampoules, lustres, appareillage d'installation, fusibles, etc. ....	.....	8	

		Valeur des ventes (omettre les cents)	À L'USAGE DU BUREAU Prière de laisser libre						
360	<b>RADIOS, TOURNE-DISQUES, TÉLÉVISEURS, Total secondaire</b>	\$	1						17
361	Radios, tourne-disques et radio-phonos (y compris les magnétophones, les appareils de haute fidélité, etc.)	.	2						
362	Téléviseurs et téléviseurs combinés		3						
363	Disques		4						
364	Pièces, accessoires et autre équipement		5						
370	<b>INSTRUMENTS DE MUSIQUE ET ACCESSOIRES, Total secondaire</b>		6						
371	Pianos		7						
372	Orgues		8						
373	Autres instruments de musique, feuilles de musique, accessoires, etc.		9						
380	<b>APPAREILS ET ACCESSOIRES PHOTOGRAPHIQUES, Total secondaire</b>		1						18
381	Appareils et projecteurs		2						
382	Pellicules et plaques		3						
383	Toutes autres fournitures		4						
390	<b>BIJOUTERIE, ARGENTERIE, HORLOGES ET MONTRES, Total secondaire</b>		5						
391	Horloges et montres (y compris les horloges électriques)		6						
392	Vaisselle et coutellerie en plaqué d'argent ou argent massif		7						
393	Fine bijouterie		8						
394	Parures		9						
400	<b>MALLETERIE ET ARTICLES EN CUIR (sauf sacs à main, harnais, chaussures), Total secondaire</b>		1						19
410	<b>QUINCAILLERIE, Total secondaire</b>		2						
411	Quincaillerie de construction		3						
412	Machines-outils		4						
413	Toute autre quincaillerie de base (sauf les ustensiles de cuisine et de table et l'outillage de jardin)		5						
420	<b>PEINTURES, VERNIS, PAPIER TENTURE ET VERRE, Total secondaire</b>		6						
421	Peintures et vernis		7						
422	Fournitures de peintres		8						
423	Verre		9						
424	Papier tenture et fournitures		10						
430	<b>FOURNITURES MÉNAGÈRES, Total secondaire</b>		1						20
431	Savon, nettoyeurs de tous genres		2						
432	Porcelaine, verrerie, poterie		3						
433	Toutes autres fournitures ménagères; y compris les ustensiles de cuisine, balais, etc.		4						
440	<b>JOUETS ET JEUX, Total secondaire</b>		5						
441	Jouets et jeux		6						
442	Petits articles roulants (poussettes, wagonnettes, tricycles, etc.)		7						
450	<b>ARTICLES DE SPORT ET DE DIVERTISSEMENT, Total secondaire</b>		8						
451	Embarcations, moteurs et accessoires		9						
452	Tous autres articles et équipement de sport		10						

		Valeur des ventes (omettre les cents)	A L'USAGE DU BUREAU Prière de laisser libre	
460	BICYCLETTES, MOTOCYCLETTES, PIÈCES ET ACCESSOIRES, Total secondaire \$		1	<div></div> 21
470	PNEUS D'AUTOMOBILES, ACCUMULATEURS, PIÈCES ET ACCESSOIRES, Total secondaire		2	<div></div>
480	ESSENCE, HUILE ET GRAISSE, Total secondaire		3	<div></div>
490	FOURNITURES DE CHAUFFAGE ET DE PLOMBERIE, Total secondaire		4	<div></div>
500	MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION DE TOUTES SORTES (ciment, plâtre, bois d'oeuvre, brique, verre, etc.), Total secondaire		5	<div></div>
510	OUTILLAGE ET FOURNITURES POUR LA FERME ET LE JARDIN, Total secondaire		6	<div></div>
511	Tracteurs		7	<div></div>
512	Tondeuses à moteur		8	<div></div>
513	Tous autres outillage et fournitures pour la ferme et le jardin		9	<div></div>
520	APPAREILS, INSTRUMENTS ET OUTILLAGE SCIENTIFIQUE ET PROFESSIONNEL, Total secondaire		10	<div></div>
530	ÉQUIPEMENT ET FOURNITURES DE BUREAU ET DE MAGASIN, Total secondaire		11	<div></div>
600	<b>MARCHANDISES DIVERSES</b>			
610	CIGARES, CIGARETTES ET TABAC, Total secondaire		1	<div></div> 22
620	MÉDICAMENTS ET ARTICLES DIVERS DE PHARMACIE, Total secondaire		2	<div></div>
621	Ordonnances		3	<div></div>
622	Produits pharmaceutiques, médicaments brevetés		4	<div></div>
623	Articles et préparations de toilette		5	<div></div>
624	Articles divers de pharmacie, articles en caoutchouc, fournitures d'infirmerie, etc.		6	<div></div>
630	PAPIER, ARTICLES EN PAPIER ET ARTICLES CONNEXES, Total secondaire		7	<div></div>
631	Journaux et revues		8	<div></div>
632	Livres imprimés sauf les manuels		9	<div></div>
633	Papeterie et fournitures		10	<div></div>
634	Tous autres articles en papier (papier ciré, sacs de papier, serviettes, etc.)		11	<div></div>
640	COMBUSTIBLE, Total secondaire		1	<div></div> 23
641	Huile combustible		2	<div></div>
642	Charbon et coke		3	<div></div>
643	Autres combustibles		4	<div></div>
650	FLEURS, Total secondaire		5	<div></div>
660	TOUTES AUTRES MARCHANDISES, Total secondaire		6	<div></div>
670	REPAS COMPLETS ET LÉGERS, Total secondaire		7	<div></div>
680	RECETTES PROVENANT DE RÉPARATIONS ET DE SERVICE D'ENTRETIEN, Total secondaire		8	<div></div>
700	<b>TOTAL DES VENTES ET RECETTES NETTES</b>		9	<div></div>
710	<b>SOMME DES TOTAUX SECONDAIRES</b>		10	<div></div>

NOTA: Cette somme doit correspondre au numéro 8 a) 3, en plus de 8 a) 5, s'il y a lieu.

#### 4. Summary Tabular Data

**Retail trade in Canada, 1961.**—The main tabulations of retail trade provide store statistics, i.e., the total activity of all known and recognized retail stores. In addition to these totals, there are other avenues of retail trade which are construed as expenditure on merchandise by the household consumer or individual for personal use. These include such fields as sales by manufacturers directly to the household consumer, whether by mail or door-to-door salesmen. This direct selling is not confined to manufacturers and includes book clubs and record clubs, etc. Included also are retail sales of wholesalers and service businesses, the sale of goods through automatic vending machines not operated by the retailer and the sale to the householder of paint, electrical supplies, heating equipment, etc., by contractors whose major activity is not retailing as such and who are not included in the main tabulations as recognized retail stores. Some areas of retailing are not measured, such as sales between individuals mainly through the medium of classified advertisements, sales to persons of merchandise by transportation companies, institutions, etc. The summary of retail store business for 1961, shown below, is followed by a summary of total known retail trade, 1961.

#### 4. Tableaux récapitulatifs des données

**Commerce de détail au Canada, 1961.**—Les tabulations principales du commerce de détail nous fournissent la statistique concernant les magasins, c'est-à-dire, l'ensemble de l'activité de tous les magasins de détail connus et reconnus comme tels. À ces totaux s'ajoutent d'autres données du commerce de détail: il s'agit des dépenses faites par les consommateurs pour l'achat de marchandises destinées à leur usage personnel. Cela comprend, entre autres, les ventes directes des manufacturiers aux consommateurs soit par la poste, soit par des vendeurs de porte en porte. Les manufacturiers ne sont pas les seuls à pratiquer ce genre de vente directe; les cercles du livre, les cercles du disque, etc., la pratiquent également. On inclut aussi dans cette catégorie toutes les ventes au détail des grossistes et des entreprises de service, la vente de marchandises au moyen de distributeurs automatiques non exploités par des marchands détaillants, et la vente aux particuliers de peinture, d'accessoires électriques, d'appareils de chauffage, etc., par des entrepreneurs dont la principale activité n'est pas la vente au détail d'une part et, d'autre part, qui ne sont pas compris dans les principales tabulations comme magasins de détail reconnus. Certains domaines de la vente au détail ne sont pas recensés, notamment les ventes entre personnes au moyen des annonces classées, les ventes de marchandises par des compagnies de transport, les institutions, etc. Le résumé du commerce des magasins de détail pour 1961, fourni ci-dessous, est suivi d'une récapitulation de tout le commerce de détail pour 1961.

**TABLE 1. Retail stores in Canada and the provinces, 1961**

**TABEAU 1. Magasins de détail au Canada et dans les provinces, 1961**

Province	Number of stores — Nombre de magasins	Total net sales — Total net des ventes	Inventory at year-end — Stocks en fin d'année	Payroll for year — Rémunération pour l'année
			\$'000	
<b>Canada</b> .....	<b>152,620</b>	<b>16,072,950</b>	<b>2,071,898</b>	<b>1,554,992</b>
Newfoundland — Terre-Neuve .....	4,747	285,568	49,948	23,703
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard .....	867	78,801	10,678	5,770
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse .....	6,523	580,335	73,194	51,140
New Brunswick — Nouveau-Brunswick .....	5,215	435,806	55,350	36,672
Québec .....	45,273	4,107,952	532,830	368,162
Ontario .....	52,157	6,206,685	733,955	621,046
Manitoba .....	6,575	766,711	100,022	79,494
Saskatchewan .....	7,591	734,492	118,265	65,941
Alberta .....	9,902	1,272,395	177,621	126,686
British Columbia — Colombie-Britannique .....	13,558	1,575,161	212,435	173,859
Yukon and Northwest Territories — Yukon et Territoires du Nord-Ouest .....	212	29,044	7,600	2,519

**TABLE 2. Total known retail trade in Canada, 1961**  
**TABLEAU 2. Total du commerce de détail connu, au Canada, 1961**

Type of business — Genre de commerce	Total sales — Total des ventes
	\$'000
Retail sales of — Ventes au détail des:	
Retail establishments (total sales less wholesale sales, meals and lunches and receipts from repairs and service) — Établissements de détail (les ventes totales moins les ventes de gros, les repas et lunches et les recettes provenant de la réparation et des services).....	14,969,366
Service establishments — Établissements de service.....	647,084
Wholesale establishments — Établissements de gros .....	452,361
Manufacturing establishments — Établissements manufacturiers:	
Bakeries (door-to-door) — Boulangeries (porte en porte) .....	80,812
Dairies (door-to-door) — Laiteries (porte en porte).....	186,160
Printing (house delivery and mail) — Imprimerie (livraison à domicile et par la poste)	76,479
All other — Tous autres.....	204,769
Vending machine operators — Exploitants de distributeurs automatiques.....	43,494
Direct sellers (not included in manufacturers, above) — Vendeurs pratiquant la vente directe (non compris dans les manufacturiers, ci-dessus).....	156,312
Contractors (over-the-counter sales to householders) — Entrepreneurs (ventes directes aux particuliers).....	26,233
All other known retail trade — Tous autres commerces de détail connus .....	59,855
<b>Total known retail trade — Total du commerce de détail connu .....</b>	<b>16,902,925</b>

**Retail locations and retail establishments.** — For purposes of statistical analysis, retail trade statistics were collected in two forms for the first time in the 1961 Census of Merchandising and Service Establishments—location statistics and establishment statistics. For this purpose, retail locations are recognized retail stores for each of which the principal statistical items of net sales, year-end inventory, employment, payroll and accounts receivable at year-end were collected. A retail establishment, on the other hand, is an **accounting entity** of which the major activity is retailing and for which additional items of data such as gross trading margin, miscellaneous income, commodity detail of sales, etc., were also collected. To illustrate, a hardware business may have six retail stores and one wholesale place of business. The six retail stores would be included in retail location statistics which cover principal statistics as mentioned above, and the wholesale location in wholesale location statistics. Any request for operating expenses or other financial statement data would likely be available only for the entire enterprise or accounting entity. In this

**Locaux d'affaires et établissements de détail.** — Pour fins d'analyses statistiques, des données sur le commerce de détail ont été recueillies sous deux formes, pour la première fois au recensement des établissements de commerce et de service, 1961: données concernant les locaux d'affaires et données concernant les établissements de détail. À cette fin, les locaux d'affaires sont les magasins de détail reconnus comme tels et, pour chacun d'entre eux, on a réuni les statistiques principales: ventes nettes, stocks de fin d'année, emploi, paie et comptes à recevoir en fin d'année. D'autre part, l'établissement de commerce de détail est l'**entité comptable** dont la principale activité est la vente au détail et pour laquelle des éléments supplémentaires de statistiques (marge de profit brut, sources de revenus divers, ventes de marchandise au détail, etc.) ont aussi été recueillis. Par exemple, une entreprise de quincaillerie peut comprendre six magasins de détail et un magasin de gros. Les six magasins de détail seraient alors compris dans la statistique des locaux d'affaires qui couvre les principales données mentionnées ci-dessus, tandis que le magasin de gros serait compris dans la statistique des entreprises de gros. Toute

case and for these statistics, the establishment would be classified to its major activity which could be either retail or wholesale. If it were largely wholesale, then the six retail stores would be included in the summary or establishment report and lost to retail establishment statistics (although included in retail location statistics). The following table shows the difference between retail location and retail establishment statistics. The number of establishments is less than the number of locations since most multiple firms are recorded as one establishment but have more than one location. For most market analysis, retail location statistics are required; previous census data on merchandising are considered as location statistics. In this summary, Tables 1 and 4 relate to retail locations, and Tables 2 and 3 relate to retail establishments.

demande relative aux dépenses d'exploitation ou toute autre donnée financière serait naturellement disponible seulement pour l'entreprise globale ou pour l'entité comptable. Dans ce cas et pour ces statistiques, l'établissement serait classé selon sa principale activité, qui pourrait être la vente au détail ou la vente au gros. Si cette activité était surtout la vente au gros, les six magasins de détail seraient alors compris dans le résumé ou le rapport de l'établissement et ne seraient pas inclus dans les statistiques des établissements de détail (bien que compris dans les statistiques relatives aux locaux d'affaires). Le tableau suivant nous montre la différence qui existe entre les statistiques concernant les locaux d'affaires des magasins de détail et les statistiques relatives aux établissements de détail. Le nombre d'établissements est moins élevé que le nombre des locaux d'affaires, puisque la plupart des entreprises à magasins multiples sont enregistrées comme établissements uniques mais ils comptent plus d'un local chacun. Pour l'analyse de la plupart des marchés, il faut des statistiques relatives aux locaux d'affaires des entreprises de détail; les recensements faits antérieurement sur le commerce sont considérés comme des recensements relatifs aux locaux d'affaires. Dans le présent résumé, les tableaux 1 et 4 se rapportent aux locaux d'affaires des entreprises de détail, et les tableaux 2 et 3 se rapportent aux établissements de détail.

**TABLE 3. Retail locations and retail establishments compared, Canada, 1961**

**TABLEAU 3. Comparaisons entre les locaux d'affaires et les établissements de détail, Canada, 1961**

Business group Catégorie de commerce	Retail locations Locaux d'affaires		Retail establishments Établissements de détail	
	Number of stores — Nombre de magasins	Sales — Ventes	Number of establishments — Nombre d'établissements	Sales — Ventes
		\$'000		\$'000
<b>All groups — Total — Toutes catégories .....</b>	<b>152, 620</b>	<b>16, 072, 950</b>	<b>141, 234</b>	<b>16, 504, 028</b>
Food — Aliments .....	47, 313	4, 298, 240	42, 641	4, 244, 119
General merchandise — Marchandises en général .....	11, 686	2, 716, 738	9, 596	2, 776, 422
Automotive — Automobiles .....	35, 237	4, 602, 458	35, 079	4, 683, 368
Apparel and accessories — Appareils et accessoires .....	19, 213	1, 166, 443	17, 315	1, 248, 488
Hardware and home furnishings — Quincaillerie et fournitures de maison .....	15, 445	1, 115, 884	14, 918	1, 168, 101
Other retail — Autres .....	23, 726	2, 173, 187	21, 685	2, 383, 530

**Classification changes and comparison of census years.** — Revisions to the Standard Industrial Classification prior to 1961, placed all lumber and building material dealers, farm implement dealers, feed and farm supply stores and harness shops under wholesale trade. These trades were formerly considered as retail trade. The revisions also moved restaurants, taverns and cocktail lounges from retail to the service trades. At the same time, certain repair shops, including all automotive, jewellery, radio, TV and appliances and bicycle repair shops were transferred to retail trade from service. These changes make impossible actual comparisons between census years unless all the necessary adjustments can first be made. A limited comparison between 1951 and 1961 is given below; as will be noted, the 1951 Census data are shown both in their original form and as revised to conform with the 1961 trade classifications.

**Changements de classification et comparaison entre les années de recensement.** — Par suite des revisions apportées à la Classification type des industries avant 1961, les marchands de bois et de matériaux de construction, les marchands d'instruments aratoires ou de fournitures agricoles et les magasins de harnais et d'accessoires sont entrés dans la catégorie des entreprises de gros. Ces entreprises étaient auparavant considérées comme des entreprises de détail. De plus, les restaurants, tavernes et bars, considérés auparavant comme des entreprises de détail, sont maintenant classés comme établissements de service. Certains ateliers de réparation, y compris tous les ateliers de réparation d'automobiles, de bijoux, d'appareils récepteurs de radio et de télévision, de bicyclettes et d'appareils électriques, antérieurement classés comme établissements de service sont maintenant pris comme des établissements de détail. Ces changements rendent les comparaisons entre les années de recensement pratiquement impossibles, à moins que les corrections nécessaires ne soient d'abord apportées. Une comparaison d'une envergure limitée entre 1951 et 1961 est fournie ci-dessous; comme on peut le constater, les données du recensement de 1951 sont établies dans leur forme initiale comme dans leur forme révisée, afin de respecter les classes de commerce de 1961.

**TABLE 4. Retail trade, Canada and the provinces, 1951 and 1961**  
**TABLEAU 4. Commerce de détail, Canada et provinces, 1951 et 1961**

Province	1951				1961	
	1951 classification basis — D'après la classification de 1951		1961 classification basis — D'après la classification de 1961			
	Number of stores — Nombre de magasins	Sales — Ventes	Number of stores — Nombre de magasins	Sales — Ventes	Number of stores — Nombre de magasins	Sales — Ventes
		\$'000		\$'000		\$'000
Canada .....	151, 626	10, 652, 779. 8	136, 959	9, 482, 630. 2	152, 620	16, 072, 949. 9
Newfoundland — Terre-Neuve .....	4, 090	159, 804. 9	3, 946	152, 359. 3	4, 747	285, 567. 6
Prince Edward Island — Île-du-Prince-Édouard .....	972	54, 117. 8	929	50, 993. 8	867	78, 801. 0
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse .....	7, 176	393, 880. 1	6, 742	368, 124. 7	6, 523	580, 335. 4
New Brunswick — Nouveau-Brunswick .....	5, 430	285, 814. 2	5, 131	270, 902. 3	5, 215	435, 806. 0
Québec .....	43, 572	2, 436, 913. 1	40, 599	2, 218, 648. 3	45, 273	4, 107, 952. 1
Ontario .....	50, 119	4, 116, 372. 5	45, 077	3, 666, 371. 4	52, 157	6, 206, 684. 5
Manitoba .....	7, 432	609, 283. 8	6, 468	515, 007. 4	6, 575	766, 711. 3
Saskatchewan .....	9, 585	653, 815. 7	7, 849	540, 769. 4	7, 591	734, 491. 9
Alberta .....	9, 943	848, 283. 2	8, 412	717, 991. 0	9, 902	1, 272, 394. 9
British Columbia — Colombie-Britannique .....	13, 151	1, 082, 636. 6	11, 667	970, 224. 5	13, 558	1, 575, 161. 4
Yukon and Northwest Territories — Yukon et Territoires du Nord-Ouest .....	156	11, 857. 9	139	11, 238. 1	212	29, 043. 8







## REPORTS OF THE CENSUS OF CANADA, 1961

This report is one of a series comprising Volume VI (Part 1) of the 1961 Census. (See outside back cover for other Volume Series.) Reports in these series are so prepared that, by removal of the covers, the contents can be combined to form the materials of each census volume. A hard-covered binder, suitably titled, is supplied to purchasers of the complete set of reports for any given volume.

Individual reports of Volume VI (Part 1) are listed below. They can be ordered singly by catalogue number, or the complete set including the cover binder at a composite price of \$6.00. Orders may be sent to **Publications Distribution, Dominion Bureau of Statistics**, or to **Superintendent of Publications, Department of Public Printing and Stationery, Ottawa**. Regulations require that remittance be made prior to the mailing of reports, in the form of a cheque or money order payable to the **Receiver General of Canada**. Orders for reports not yet released will be filled as soon as they become available.

A brochure is available listing the individual reports for other Volume Series of the 1961 Census, as well as special reports, etc. For a copy of this brochure, or for further information on census publications, address your inquiry to the **Information and Public Relations Division, Dominion Bureau of Statistics**.

### Volume VI (Part 1) — Retail Trade

#### Location Statistics

- 97-501 Provinces and cities by kind of business, 1961 (6.1-1).** — Limited comparisons with 1951 (128 pp., \$1.50)
- 97-502 Counties and incorporated centres of 1,000 population and over, 1961 (6.1-2).** — Limited comparisons with 1951 (116 pp., \$1.50)
- 97-503 Size of business (6.1-3).** — Size by annual sales, by employment, by ownership (148 pp., \$1.50)
- 97-504 Miscellaneous data (6.1-4).** — Form of organization, type of occupancy, type of affiliation, sales of meals and lunches, service receipts of retail stores, sales through vending machines (28 pp., 50¢)

#### Establishment Statistics

- 97-505 General statistics (6.1-5).** — Including detail on employment, gross-profit ratios, and sales by class of customer (64 pp., 75¢)
- 97-506 Credit statistics (6.1-6).** — Canada and the provinces. Cash and credit sales, accounts receivable (48 pp., 75¢)
- 97-507 Analysis of sales by commodity (6.1-7).** — Commodity composition of sales of a panel of establishments, for provinces and metropolitan areas (68 pp., \$1.00)
- 97-508 Introduction to Volume VI (Part 1) (6.1-8).** — Textual and tabular introductory materials (12 pp., 50¢)

## RAPPORTS DU RECENSEMENT DU CANADA, 1961

Le présent rapport fait partie d'une série qui constitue le volume VI (partie 1) du recensement de 1961. (Voir les autres séries des volumes à l'extérieur de la couverture arrière.) Les rapports se présentent de telle sorte qu'en enlevant les couvertures l'utilisateur peut les réunir et ainsi constituer la matière de chaque volume du recensement. Un auto-relieur à couverture rigide et portant le titre approprié sera fourni à ceux qui achèteront la série complète des rapports devant constituer un volume.

Ci-dessous paraît la liste des rapports contenus dans la 1re partie du volume VI. On peut se les procurer individuellement à l'aide du numéro de catalogue, ou bien commander la série complète avec auto-relieur moyennant un prix global de \$6. On peut adresser sa commande à **Distribution des publications, Bureau fédéral de la statistique**, ou au **Surintendant des publications, Département des impressions et de la papeterie publiques, Ottawa**. En vertu des règlements, les rapports ne seront envoyés que sur réception de la remise nécessaire sous forme de chèque ou mandat établi au nom du **Receveur général du Canada**. Les commandes de rapports non encore publiés seront exécutées aussitôt que les rapports paraîtront.

On peut se procurer une brochure qui énumère les rapports des autres séries des volumes du recensement de 1961, ainsi que les rapports spéciaux, etc. Pour en obtenir un exemplaire et pour tout autre renseignement au sujet des publications du recensement, prière de s'adresser à la **Division de l'information et des relations extérieures, Bureau fédéral de la statistique**.

### Volume VI (partie 1) — Commerce de détail

#### Statistique des locaux d'affaires

- 97-501 Provinces et cités selon le genre de commerce, 1961 (6.1-1).** — Comparaisons limitées avec 1951 (128 p., \$1.50)
- 97-502 Comtés et centres constitués de 1,000 habitants et plus, 1961 (6.1-2).** — Comparaisons limitées avec 1951 (116 p., \$1.50)
- 97-503 Taille du commerce (6.1-3).** — Taille selon les ventes annuelles, l'emploi et l'appartenance (148 p., \$1.50)
- 97-504 Données diverses (6.1-4).** — Forme d'organisation, mode d'occupation, genre d'affiliation, ventes de repas et lunches, recettes des services des magasins de détail, ventes au moyen de distributeurs automatiques (28 p., 50c.)

#### Statistique des établissements

- 97-505 Statistique générale (6.1-5).** — Détails sur l'emploi, les proportions de bénéfices bruts et les ventes selon la catégorie de clients (64 p., 75c.)
- 97-506 Statistique du crédit (6.1-6).** — Canada et provinces. Ventes au comptant et à crédit, comptes à recevoir (48 p., 75c.)
- 97-507 Analyse des ventes par denrée (6.1-7).** — Composition des ventes d'un groupe d'établissements, provinces et zones métropolitaines (68 p., \$1)
- 97-508 Introduction au volume VI (partie 1) (6.1-8).** — Textes et tableaux introductoires (12 p., 50c.)

# REPORTS OF THE CENSUS OF

(Continued from inside back cover)

STATISTICS CANADA LIBRARY  
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010458880

# REPORTS DU RECENSEMENT DU CANADA, 1961

(Suite de l'intérieur de la couverture arrière)

Following is the Volume Series of the 1961 Census. Each volume (or part) consists of a number of individual reports and a titled cover binder. The complete set of reports and cover binder for any given volume part may be ordered at the single price of \$6.00. (See inside back cover for further details.)

**Volume I (Pt. 1) — Population: Geographical Distributions.** — Population totals for provinces, electoral districts, counties, and municipal subdivisions; rural and urban; historical tables; reference maps.

**Volume I (Pt. 2) — Population: General Characteristics.** — Population classifications by sex, age groups, marital status, origin, religion, birthplace, official language, mother tongue, citizenship, period of immigration, schooling.

**Volume I (Pt. 3) — Population: Cross-classifications of Characteristics.** — Cross-classifications by (a) age groups and sex, (b) ethnic groups and sex, and (c) period of immigration and sex, to show marital status, birthplace, religion, schooling, and language distributions.

**Volume II (Pt. 1) — Households and Families.** — Data on size and composition of households and families; cross-classifications by characteristics of head.

**Volume II (Pt. 2) — Housing Characteristics.** — Housing data (based on a 20 per cent sample) such as type of dwelling, number of rooms, rent, household facilities; cross-classifications by characteristics of head.

**Volume III (Pt. 1) — Labour Force: Occupations.** — Occupation statistics by sex, age, marital status, schooling, class of worker, birthplace, period of immigration, ethnic groups, etc.

**Volume III (Pt. 2) — Labour Force: Industries.** — Industry statistics by sex, age, class of worker, birthplace, period of immigration, etc.

**Volume III (Pt. 3) — Wage-Earners: Earnings and Employment.** — Earnings of wage and salary earners by marital status by age, schooling by age; occupation and industry statistics by earnings and employment.

**Volume IV — Population Sample: Migration, Family Size, Income.** — Results of a 20 per cent sample on migration, family size, and income; cross-classifications with other population characteristics.

**Volume V (Pt. 1) — Agriculture: Summary and Atlantic Provinces.** — Results of the 1961 Census of Agriculture including summary tables for Canada and detailed tables in separate sections for Nfld., P.E.I., N.S., and N.B.

**Volume V (Pt. 2) — Agriculture: Quebec and Ontario.** — Results of the 1961 Census of Agriculture in separate sections for Quebec and Ontario.

**Volume V (Pt. 3) — Agriculture: Prairies and British Columbia.** — Results of the 1961 Census of Agriculture in separate sections for Man., Sask., Alta., and B.C.

**Volume VI (Pt. 1) — Merchandising: Retail Trade.** — Retail establishments by geographic areas, kinds of business and type of operation; data such as sales, employment, payrolls, inventories, and commodities.

**Volume VI (Pt. 2) — Merchandising: Wholesale Trade; Services.** — Wholesale and service establishments by geographic areas, kinds of business and types of operations; data such as sales, employment and payrolls, with inventories and commodities for the wholesale trade.

**Volume VII (Pts. 1 and 2) — General Summary and Review.** — Review of the results of the 1961 Census, including historical and analytical tables, and descriptions of the main findings; Administrative Report of the methodology of the 1961 Census.

Voici la série des volumes du recensement de 1961. Chaque volume (ou partie) comprend un certain nombre de rapports distincts et un auto-relieur titré. On peut commander la série complète des rapports avec auto-relieur de n'importe quel volume au prix de \$6. (Pour plus de détails, voir à l'intérieur de la couverture arrière.)

**Volume I (P. 1) — Population: Répartition géographique.** — Population des provinces, districts électoraux, comtés et subdivisions municipales; répartition rurale et urbaine; tableaux chronologiques; cartes de référence.

**Volume I (P. 2) — Population: Caractéristiques générales.** — Répartition de la population selon le sexe, les groupes d'âge, l'état matrimonial, l'origine, la religion, le lieu de naissance, la langue officielle, la langue maternelle, la citoyenneté, la période d'immigration, la scolarité.

**Volume I (P. 3) — Population: Classement recoupé des caractéristiques.** — Classements recoupés par a) groupe d'âge et sexe, b) groupe ethnique et sexe, et c) période d'immigration et sexe et répartition selon l'état matrimonial, le lieu de naissance, la religion, la scolarité et la langue.

**Volume II (P. 1) — Ménages et familles.** — Taille et composition des ménages et des familles; classements recoupés selon les caractéristiques du chef.

**Volume II (P. 2) — Caractéristiques de l'habitation.** — Données sur l'habitation (fondées sur un échantillon de 20 p. 100): genre de logement, nombre de pièces, loyer, commodités ménagères; classements recoupés selon les caractéristiques du chef.

**Volume III (P. 1) — Population active: Professions.** — Statistique des professions selon le sexe, l'âge, l'état matrimonial, la scolarité, la classe de travailleur, le lieu de naissance, la période d'immigration, le groupe ethnique, etc.

**Volume III (P. 2) — Population active: Industries.** — Statistique des industries selon le sexe, l'âge, la classe de travailleur, le lieu de naissance, la période d'immigration, etc.

**Volume III (P. 3) — Salariés: Gain et emploi.** — Gain des employés à salaire et à traitement, quant à l'état matrimonial selon l'âge, la scolarité selon l'âge; la statistique des professions et des industries quant au gain et à l'emploi.

**Volume IV — Population échantillon: Migration, taille des familles, revenu.** — Résultats de l'enquête portant sur un échantillon de 20 p. 100 relativement à la migration, à la taille des familles et au revenu; classements recoupés selon d'autres caractéristiques de la population.

**Volume V (P. 1) — Agriculture: Sommaire et provinces de l'Atlantique.** — Résultats du recensement de l'agriculture de 1961 avec tableaux sommaires pour le Canada et tableaux détaillés en sections distinctes pour T.-N., I.-P.-É., N.-É. et N.-B.

**Volume V (P. 2) — Agriculture: Québec et Ontario.** — Résultats du recensement de l'agriculture de 1961 en sections distinctes pour le Québec et l'Ontario.

**Volume V (P. 3) — Agriculture: Prairies et Colombie-Britannique.** — Résultats du recensement de l'agriculture de 1961 en sections distinctes pour Man., Sask., Alb. et C.-B.

**Volume VI (P. 1) — Recensement du commerce: Commerce de détail.** — Établissements de détail par région géographique, genre de commerce et forme d'activité; données sur les ventes, l'emploi, la rémunération, les stocks et les marchandises.

**Volume VI (P. 2) — Recensement du commerce: Commerce de gros et services.** — Établissements de commerce de gros et de service par région géographique, genre de commerce et forme d'activité; données sur les ventes, l'emploi et la rémunération, ainsi que sur les stocks et les marchandises pour le commerce de gros.

**Volume VII (P. 1 et 2) — Sommaire et revue générale.** — Revue des résultats du recensement de 1961 avec tableaux chronologiques et analytiques et description des principaux résultats; rapport administratif de la méthodologie du recensement de 1961.